



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**  
**(Study pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Manajamen**

**OLEH**

**KHOIRUL IMAM**

**41219089**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**2023**



**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, PROMOSI  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN**

**(*Study pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
Gelar Sarjana Manajamen**

**OLEH**

**KHOIRUL IMAM**

**41219089**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**BUMIAYU**

**202**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA, PROMOSI DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Study pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan)**

Oleh

Nama : Khoirul Imam  
NIM : 41219089  
Program Studi : SI Manajemen  
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

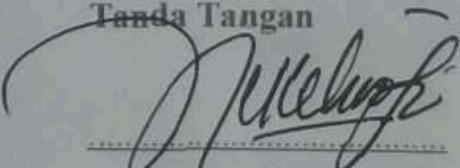
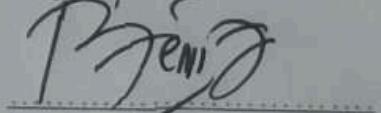
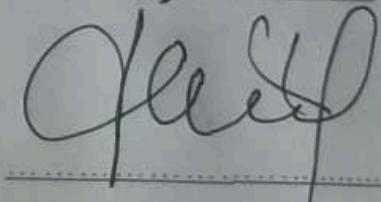
Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal 25 bulan September tahun 2023.

## DEWAN PENGUJI

**Nama Penguji**

**Ketua Tim Penguji/Pembimbing**  
Mukbroji, S.E., M.M  
NIDN. 0621058902

Tanda Tangan

**Penguji I**

Yulis Maulida Berniz, S.E.M.M  
NIDN. 1117028004

**Penguji II**

Sarah Dieh Hawa, S.E., M.Si  
NIDN. 0622059001

Diterima dan disahkan  
Pada Tanggal 19, 10.....2023

Dekan  
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

  
  
Mukbroji, S.E., M.M  
NIPY. 0621058902

Ketua  
Program Studi SI Manajemen

  
  
Sarah Dieh Hawa, S.E., M.Si  
NIPY. 0622059001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Khoirul Imam

Nim : 41219089

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis mengacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 15. Oktober 2023

Yang membuat pernyataan



NIM. 41219089

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas izin dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Dalam penyelesaian skripsi ini, beragam bimbingan, bantuan, dorongan, dan masukan yang penulis terima dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, secara tulus dan ikhlas penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman., S.H.,M.Si, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang dengan sabar telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dan memberikan masukan yang sangat bermanfaat dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa,, S.E.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Yulis Maulida Berniz, S.E., M.M selaku dosen penguji I skripsi penulis yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama menyelesaikan studi ini..
6. Segenap Staf Universitas Peradaban, yang telah memberikan layanan kepada penulis.

Paguyangan, .....,... 2023  
Penulis,

Khoirul Imam  
NIM. 41219089

## ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi pentingnya kepuasan pelanggan dalam konteks produk sarung Atlas. Kepuasan pelanggan telah menjadi kunci dalam strategi pemasaran perusahaan, karena pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *brand image*, harga, promosi, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *Study* pada Konsumen Sarung Atlas di Brebes Selatan. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang menggunakan produk sarung Atlas. Data yang digunakan pada penelitian adalah data primer yang diperoleh dari penyebarluasan kuesioner kepada para responden yang menggunakan produk sarung merek Atlas secara online melalui google form. Sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing, harga, promosi, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada konsumen sarung atlas di Brebes selatan.

**Kata kunci :** *Brand Image*, Harga, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

## ***ABSTRACT***

*This research explores the importance of customer satisfaction in the context of Atlas sarong products. Customer satisfaction has become key in a company's marketing strategy, because of its influence on sustainable customer loyalty. This research aims to analyze brand image, price, promotion, customer satisfaction on customer loyalty. Study of Atlas Sarong Consumers in South Brebes. This research was conducted on consumers who use Atlas sarong products. The data used in the research is primary data obtained from distributing questionnaires to respondents who use Atlas brand sarong products online via Google form. The sample in this study was 97 respondents. The sampling technique uses probability sampling with a purposive sampling method. The analysis in this research uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. Based on the research results, it shows that digital marketing, prices, promotions, customer satisfaction have a positive effect on customer loyalty- of atlas sarong consumers in South Brebes..*

***Keywords:*** *Brand Image, Price, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	12
A. Telaah Pustaka .....	12
1. <i>Brand Image</i> .....	12
2. Harga.....	13
3. Promosi .....	15
4. Kepuasan Pelanggan .....	17
5. Loyalitas Pelanggan.....	18
B. Penelitian Terdahulu .....	19
1. <i>Brand image</i> .....	19

2.	Harga .....	20
3.	Promosi .....	20
4.	Kepuasan Pelanggan .....	21
C.	Perumusan Hipotesis .....	22
1.	<i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	22
2.	Harga Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	23
3.	Promosi Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
4.	Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	
		26
D.	Kerangka Berpikir .....	27
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA .....		29
A.	Metode Penelitian.....	29
1.	Jenis Penelitian .....	29
2.	Lokasi Penelitian .....	29
3.	Waktu Penelitian.....	29
4.	Populasi dan Sampel .....	29
5.	Sumber Data .....	31
6.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
7.	Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	33
B.	Teknik Analisis Data .....	35
1.	Uji Instrumen.....	36
2.	Analisis Deskriptif .....	37
3.	Analisis Regresi Berganda .....	39
4.	Uji Asumsi Klasik.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		45

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	45
2. Gambaran Umum Responden .....	46
B. Analisis Data dan Pembahasan .....	48
1. Analisis Data .....	48
1) Uji Validitas.....	48
2. Analisis Deskriptif.....	51
3. Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
4. Uji Asumsi Klasik.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	81

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Top Brand Index Kategori Sarung Tahun 2020-2022 .....	3
Tabel 2. Daftar Harga Penjualan Sarung 2022 .....	5
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel (lanjutan) .....	35
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	48
Tabel 6. Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 7. hasil uji validitas (lanjutan).....	50
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	52
Tabel 10. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	53
Tabel 11. Jawaban Responden Untuk Variabel <i>Brand Image</i> (X1) (lanjutan).....	54
Tabel 12. Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X2) .....	55
Tabel 13. Jawaban Responden Untuk Variabel Promosi (X3) .....	57
Tabel 14. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)...	58
Tabel 15. Hasil Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi .....	61
Tabel 17. Hasil Uji F .....	62
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	63
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinieritas .....	66

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 2. Grafik Normal P-P Plot.....	62
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan (Y).....	82
Lampiran 3. Tabulasi Brand Image (X1) .....	85
Lampiran 4. Tabulasi Harga (X2) .....	88
Lampiran 5. Tabulasi Promosi (X3) .....	91
Lampiran 6. Tabulasi Kepuasan Pelanggan (X4) .....	94
Lampiran 7. Hasil uji validitas variabel Loyalitas pelanggan (Y) .....	97
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X1) .....	98
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2) .....	99
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	101
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4) .....	102
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	103
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> X1).....	104
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	105
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3) .....	106
Lampiran 16. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)....	107
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y) .....	108
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y) (Lanjutan) .....	109
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1) .....	110
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1) (Lanjutan) .	111
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga (X2) .....	112
Lampiran 22. Hasil Uji Analisis Deskriptif Harga (X2) (Lanjutan) .....	113
Lampiran 23. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X3).....	114
Lampiran 24. Hasil Uji Analisis Deskriptif Promosi (X3) (Lanjutan) .....	115
Lampiran 25. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4) .....	116
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4) ....	117
Lampiran 27. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (X4) (lanjutan).....	118
Lampiran 28. Hasil Analisis <i>Deskriptif Statistics</i> .....	119
Lampiran 29. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	120
Lampiran 30. . Hasil Uji Asumsi Klasik .....	122

Lampiran 31. Hasil Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	123
Lampiran 32. Hasil Normalitas Histogram dan Normal P-Plot.....	124
Lampiran 33. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan scatterplot	125
Lampiran 34. hasil uji multikolonieritas .....	126
Lampiran 35. Daftar Riwayat Hidup Penulis .....	127