



**“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*,
CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS MEREK TEH BOTOL SOSRO”**

SKRIPSI

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

Oleh

LIZA HAYATUN NISA

41216049

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020



**“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*,
CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS MEREK TEH BOTOL SOSRO”**

SKRIPSI

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

Oleh

LIZA HAYATUN NISA

41216049

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK TEH BOTOL SOSRO**”

Oleh

Nama : **Liza Hayatun Nisa**

Nim : **41216049**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal **16** bulan **08** tahun **2020**

DEWAN PENGUJI

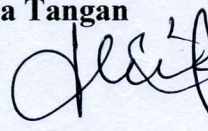
Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.

NIDN. 0622059001

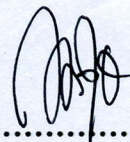
Tanda Tangan



Dosen Penguji I

Qori Al Banin, S.E., M.Si

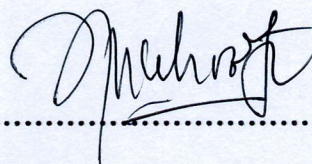
NIDN. 0607098601



Dosen Penguji II

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 06210589

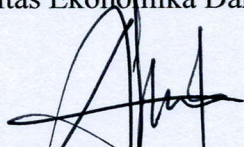


Diterima dan disahkan

Pada tanggal ...21.SEPTEMBER.2020

Dekan

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis



Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M

NIPY. 16.01.095

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Mukhroji, S.E., M.M

NIPY. 16.02.120

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Liza Hayatun Nisa

NIM : 41216049

Program studi : S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu 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, 2020

Yang membuat pernyataan



Liza Hayatun Nisa

NIM. 41216049

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Studi S1 Manajemen, Jurusan 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Yahya A. Muhaimin, selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
3. Bapak Mukhroji, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban.
4. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si, selaku pembimbing skripsi saya yang dengan sabar dan telah menyediakan waktu , tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis dari penyusunan proposal sampai skripsi ini selesai.
5. Ibu Qori Al Banin, S.E., M.Si, dan Bapak Mukhroji, S.E., M.M selaku Dosen penguji skripsi.
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisins Universitas Peradaban Bumiayu yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis. Segenap staf Universitas Peradaban Bumiayu, yang telah memberikan layanan kepada penulis.
7. Ayahanda Saefudin Mustofa dan Ibunda Siti Azizah yang telah memberikan segalanya baik materi, do'a, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran, yang takkan tergantikan dengan apapun.
8. Kakak-kakakku Iis, Iqoh, Any, Izan, Lia dan Ulfa yang telah memberikan dorongan dan do'a.
9. Muhammad Alfian serta sahabat-sahabatku Silfi, April, Fami, Amanda, Rio dan Lukman untuk kesabaran, motivasi dan kebersamaan yang kalian berikan.

10. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban angkatan 2016.

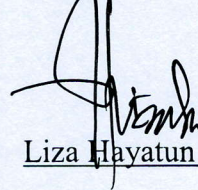
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Semoga Allah SWT membelas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terimakasih.

Paguyangan, 19 September 2020

Penulis



Liza Hayatun Nisa

NIM. 41216049

ABSTRAK

Kebutuhan utama seperti makanan dan minuman merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Di era yang serba cepat ini, manusia membutuhkan sesuatu yang serba mudah dan praktis, khususnya minuman. Hal tersebut mengakibatkan banyak perusahaan di Indonesia yang bersaing memproduksi minuman ringan dalam kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek teh botol sosro. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 96 responden. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR), citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas merek teh botol sosro.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), citra merek, kualitas produk, kepercayaan merek, kepuasan konsumen, loyalitas merek.

ABSTRACT

The main needs such as food and beverages are necessities that must be met. In this fast-paced era, human need everything easy and practical, especially drinks. This resulted in many companies in Indonesia competing to produce soft drink in packaging. Aim of this research was to found of Corporate Social Responsibility (CSR), brand image, product quality, brand trust and customer satisfaction on brand loyalty Teh Botol Sosro. This research is a quantitative survey method. The sampling technique using a non-probability sampling with purposive sampling method, and the sample size used was 96 respondents. Techniques using multiple linear regression analysis. Based on the analysis result concluded that Corporate Social Responsibility (CSR), brand image, product quality, brand trust and customer satisfaction have a positive effect on brand loyalty Teh Botol Sosro.

Keywords : corporate social responsibility, brand image, product quality, brand trust, customer satisfaction, brand loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN	
A. Telaah Pustaka	10
1. Loyalitas Merek	10
2. <i>Corporate Social Responsibility</i>	11
3. Citra Merek	12
4. Kualitas Produk	13
5. Kepercayaan Merek	14
6. Kepuasan Konsumen	15
B. Perumusan Model Penelitian	17
1. Penelitian Terdahulu	17
2. Perumusan Hipotesis	22
3. Kerangka Pemikiran	26

BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	27
A. Metode Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Lokasi Penelitian	27
3. Waktu Penelitian	27
4. Populasi Dan Sampel	27
5. Sumber Data	29
6. Teknik Pengumpulan Data	30
7. Definisi Konsep Dan Operasional Variabel	30
8. Definisi Operasional Variabel	31
B. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Instrument	33
2. Analisis Deskriptif	34
3. Analisis Regresi Linier Berganda	36
4. Uji Asumsi Klasik	39
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Analisis Data Dan Pembahasan	46
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas	57
3. Uji Asumsi Klasik	58
4. Uji Regresi Linier Berganda	61
5. Uji Hipotesis	63
6. Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	64
7. Pembahasan	65
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index (TBI) Kategori minuman kemasan	5
Tabel 2. Definisi Operasional	32
Tabel 3. Responden berdasarkan jenis kelamin	44
Tabel 4. Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 5. Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 6. Jawaban responden untuk <i>corporate social responsibilty</i> (X1).....	47
Tabel 7. Jawaban responden untuk variabel citra merek (X2).....	48
Tabel 8. Jawaban responden untuk variabel kualitas produk (X3)	49
Tabel 9. Jawaban responden untuk variabel kepercayaan merek (X4).....	51
Tabel 10. Jawaban responden untuk variabel kepuasan konsumen (X5)	52
Tabel 11. Jawaban responden untuk variabel loyalitas merek (Y)	53
Tabel 12. Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 14. Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorof-smirnov</i>	58
Tabel 15. Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 16. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 17. Hasil Regresi Berganda.....	62
Tabel 18. Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Teh Botol Sosro 2019-2020	2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 2. Tabulasi Data Loyalitas Merek.....	90
Lampiran 3. Tabulasi Data <i>Corpotare Social Responsibility</i>	93
Lampiran 4. Tabulasi Data Citra Merek	96
Lampiran 5. Tabulasi Data Kualitas Produk	99
Lampiran 6. Tabulasi Data Kepercayaan Merek	102
Lampiran 7. Tabulasi Data Kepuasan Konsumen	105
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Deskriptif Loyalitas Merek	108
Lampiran 9. Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Corpotare Social Responsibility</i>	111
Lampiran 10. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Citra Merek	113
Lampiran 11. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Produk	116
Lampiran 12. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek	120
Lampiran 13. . Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	123
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek	126
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas <i>Corpotare Social Responsibility</i>	128
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Citra Merek	129
Lampiran 17. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	131
Lampiran 18. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	133
Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	135
Lampiran 20. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek	137
Lampiran 21. Hasil Uji Reliabilitas <i>Corpotare Social Responsibility</i>	138
Lampiran 22. Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	139

Lampiran 23. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	140
Lampiran 24. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek	141
Lampiran 25. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	142
Lampiran 26. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	143
Lampiran 27. Hasil Uji Normalitas <i>Kormogov-Smirnov</i>	145
Lampiran 28. Hasil Uji Normalitas Histogram Dan Normal P-Plot	146
Lampiran 29. Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser dan Scatterplot	148
Lampiran 30. Hasil Uji Multikolinieritas	149
Lampiran 31. Riwayat Hidup Penulis	150
Lampiran 32. Data Responden Kuesioner	151