

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan The Body Shop di Kota Bandung. The Body Shop merupakan perusahaan kosmetik terbesar di dunia yang mendukung dan menerapkan strategi keselamatan lingkungan dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian menggunakan *Causal Explanatory*. Populasi dalam penelitian ini yaitu Masyarakat di Kota Bandung yang pernah menggunakan produk The Body Shop, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah Masyarakat di Kota Bandung yang pernah menggunakan produk The Body Shop lebih dari 1 kali, besar sampel sebanyak 128 responden yang diperoleh dari penjumlahan indikator dikali 5 sampai 10, angka yang diambil yaitu 8 dan jumlah yang dihasilkan sebanyak $16 \times 8 = 128$ responden The Body Shop di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket. Dan menggunakan skala likert 1 – 5. Teknik analisis data menggunakan alat statistik yaitu SPSS V20.0. Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu H0 ditolak dan H1 diterima, hasil menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to analyze and test the affect of brand image on customer loyalty of The Body Shop in Bandung. The Body Shop is the world's largest cosmetics company that supports and implements environmental and social safety measures. This study aims to analyze whether Brand Image affects Customer Loyalty. This type of research uses Causal Explanatory. The population in this study is people in Bandung who have used The Body Shop products, while the sample in this study is people in Bandung who have used The Body Shop products more than 1 time, a large sample of 128 respondents obtained from the number of indicators multiplied by 5 to 10, the number taken is 8 and the number produced as much as $16 \times 8 = 128$ respondents The Body Shop in Bandung. Data collection techniques using questionnaires or questionnaires. And use a likert scale of 1 – 5. Data analysis technique using statistical tool SPSS V20.0. Based on the hypothetical test results that H0 was rejected and H1 accepted, the results showed that Brand Image affects Customer Loyalty.

Keyword: Brand Image, Customer Loyalty



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iv
SURAT KETERANGAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II: LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4 Produk (product)	12
2.1.5 Harga (price)	13
2.1.6 Tempat (place)	14

2.1.7 Promosi (promotion)	16
2.1.8 Merek	16
2.1.9 Citra Merek	17
2.1.10 Perilaku Konsumen	18
2.1.11 Loyalitas Pelanggan	19
2. 2 Riset Empiris	20
2. 3 Kerangka Teori.....	26
2. 4 Kerangka Pemikiran.....	27
2. 5 Pengembangan Hipotesis	28
2. 5. 1 Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.....	28
2. 6 Model Penelitian	28
BAB III: METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Teknik Analisis Data.....	36
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.1 Uji Realibilitas	37
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.1 Uji Normalitas.....	38
3.7.2 Uji Heterokedastisitas	38
3.8 Uji Hipotesis	39
3.8.1 Analisis Linier Sederhana	39
3.8.2 Koefisien Determinasi.....	40

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4. 1 Hasil Penelitian	41
4. 1. 1 Gambaran Umum Responden	41
4. 1. 2 Hasil Jawaban Responden.....	46
4. 1. 2. 1 Jawaban Responden Pada Pernyataan Kuesioner Citra Merek.....	46
4. 2 Uji Validitas	57
4. 2. 1 Uji Validitas Variabel Citra Merek	57
4. 2. 2 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	59
4. 3 Uji Reliabilitas	61
4. 3. 1 Citra Merek	61
4. 3. 2 Loyalitas Pelanggan	64
4. 4 Uji Asumsi Klasik	65
4. 4. 1 Uji Normalitas	65
4. 4. 2 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4. 5 Uji Hipotesis	68
4. 5. 1 Regresi Citra merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
4. 5. 2 Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4. 6 Pembahasan.....	70
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	72
5. 1 Kesimpulan	72
5. 2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index 2019 – 2020	5
Tabel 2.1 Riset Empiris.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2 Usia	42
Tabel 4.3 Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.4 Pengeluaran Per Bulan.....	44
Tabel 4.5 Domisili Kota Bandung	45
Tabel 4.6 Pernah Menggunakan Produk The Body Shop.....	45
Tabel 4.7 Pernah Menggunakan Produk Lebih Dari 1 Kali.....	46
Tabel 4.8 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 1 Mengenai Citra Merek.....	47
Tabel 4.9 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 2 Mengenai Citra Merek.....	47
Tabel 4.10 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 3 Mengenai Citra Merek.....	48
Tabel 4.11 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 4 Mengenai Citra Merek.....	49
Tabel 4.12 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 5 Mengenai Citra Merek.....	49
Tabel 4.13 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 6 Mengenai Citra Merek.....	50
Tabel 4.14 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 7 Mengenai Citra Merek.....	51
Tabel 4.15 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 8 Mengenai Citra Merek.....	51
Tabel 4.16 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 9 Mengenai Citra Merek.....	52
Tabel 4.17 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 10 Mengenai Citra Merek.....	52
Tabel 4.18 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 11 Mengenai Citra Merek.....	53
Tabel 4.19 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 1 Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.20 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 2 Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	54
Tabel 4.21 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 3 Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	55

Tabel 4. 22 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 4 Mengenai Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 4. 23 Jawaban Pertanyaan Kuesioner Nomor 5 Mengenai Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 4. 24 Hasil Uji Validitas Citra Merek	57
Tabel 4. 25 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	59
Tabel 4. 26 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	61
Tabel 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 4. 28 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 29 Uji Glejser	67
Tabel 4. 30 Regresi Citra Merek - Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4. 31 Hasil Uji t	69
Tabel 4. 32 Koefisien Determinasi	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	26
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2. 3 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

