

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

OLIVE FRIED CHICKEN DI YOGYAKARTA

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON CONSUMERS' LOYALTY OF OLIVE FRIED
CHICKEN IN YOGYAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh :

**APRILIA DHANY PRASTIKA SARI
20090410017**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2013**

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

OLIVE FRIED CHICKEN DI YOGYAKARTA

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON CONSUMERS' LOYALTY OF OLIVE FRIED
CHICKEN IN YOGYAKARTA***



Diajukan Oleh:

APRILIA DHANY PRASTIKA SARI

20090410017

**Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing**

Fajarwati, SE., M.Si

Tanggal 4 Maret 2013

NIK : 143 054

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
OLIVE FRIED CHICKEN DI YOGYAKARTA

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON CONSUMERS' LOYALTY OF OLIVE FRIED
CHICKEN IN YOGYAKARTA***

Diajukan oleh:

APRILIA DHANY PRASTIKA SARI

20090410017

**Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 25 Maret 2013**

Yang terdiri dari

**Fajarwati, SE., M.Si
Ketua Tim Penguji**

**Sutrisno Wibowo, SE., MM
Anggota Tim Penguji**

**Isthofaina Astuti, SE., M.Si
Anggota Tim Penguji**

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si.
NIK: 143 016**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Aprilia Dhany Prastika Sari

Nomor Mahasiswa : 20090410017

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: “**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OLIVE FRIED CHICKEN DI YOGYAKARTA**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 1 April 2013

APRILIA DHANY PRASTIKA SARI

MOTTO

Ketika kau melihat seseorang, yang diberi titipan harta dan keadaan yang lebih baik daripada dirimu, lihatlah mereka yang diberi sedikit oleh Allah SWT (Nabi Muhammad SAW).

Berangkatlah kamu baik dalam keadaan merasa ringan maupun merasa berat, dan berjihadlah dengan harta dan dirimu di jalan Allah. Yang demikian adalah lebih baik bagimu jika kamu mengetahui. (Qs At-Taubah ayat 41).

Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh (Andrew Jackson).

Semua yang dimulai dengan rasa marah, akan berakhir dengan rasa malu (Benjamin Franklin).

Kupersembahkan kepada :

Ayah dan Ibu

Adik-adikku

Teman-temanku

Sahabatku Fadil Putra

Almamaterku

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

OLIVE FRIED CHICKEN DI YOGYAKARTA

INTISARI

Citra merek adalah sebuah elemen yang berkontribusi terhadap kesuksesan sebuah organisasi, pemasaran, baik perusahaan bisnis maupun nirlaba, pemanufakturan maupun penyedia jasa dan organisasi lokal maupun global. Citra merek memiliki tiga komponen yaitu, citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek yang meliputi citra pembuat, citra pemakai, dan citra produk terhadap loyalitas konsumen olive fried chicken di Yogyakarta. Obyek dalam penelitian ini adalah olive fried chicken. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli produk olive fried chicken di Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 120 responden. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan software SPSS 17.0. Uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji statistik t).

Berdasarkan hasil penelitian dapat diperoleh hasil bahwa citra pembuat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, citra pemakai berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen, dan citra produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : citra merek, citra pembuat, citra pemakai, citra produk, loyalitas konsumen.

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON CONSUMERS' LOYALTY OF OLIVE FRIED
CHICKEN IN YOGYAKARTA***

ABSTRACT

Brand image is an element which contributes to the success of organization, marketing, profit or non-profit companies, manufactures and local or global service providers. It has three components; those are corporate image, user image, and product image. This research is aimed at examining the effect of brand image including corporate image, user image, and product image on consumers' loyalty of Olive Fried Chicken Yogyakarta. The research object is Olive Fried Chicken. The respondents in this research are consumers who have ever visited and bought Olive Fried Chicken's product in Yogyakarta. The sample is as many as 120 people. Data were taken using purposive sampling technique and analyzed using multiple linear regressions with SPSS 17.0 software. Hypothesis was tested using partial test (t-test).

This research shows that corporate image has significant effect on consumers' loyalty, user image has significant effect on consumers' loyalty, and product image has significant effect on consumers' loyalty.

Keywords: *brand image, corporate image, user image, product image, consumers' loyalty*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia, rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Olive Fried Chicken di Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi konsumen untuk meningkatkan loyalitas dalam pembelian produk Olive Fried Chicken.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan masa studi.
2. Ibu Fajarwati, S.E.,M.Si yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya ini.
3. Bapak Dr. Susanto, M.S. yang telah memberikan masukan selama proses penyelesaian karya ini.
4. Ayah dan ibu, saudara-saudaraku, teman-temanku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dan topik ini.

Yogyakarta, 1 April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra Merek.....	8
a. Definisi Citra Merek.....	8

b. Komponen Citra Merek.....	10
c. Ciri-ciri Citra Merek.....	11
d. Kualitas Merek.....	12
e. Elemen-elemen Merek.....	13
f. Karakteristik Merek.....	13
2. Loyalitas konsumen.....	14
a. Definisi Loyalitas Konsumen.....	14
b. Tahapan Loyalitas Konsumen.....	16
c. Prinsip Loyalitas Konsumen.....	17
d. Keuntungan Loyalitas Konsumen.....	18
e. Situasi Loyalitas.....	18
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
C. Hipotesis.....	21
D. Model Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	24
B. Jenis Data.....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
1. Variabel Independen.....	26
2. Variabel Dependen.....	27
F. Teknik Penentuan Skala.....	28
G. Uji Kualitas Instrumen.....	29
1. Uji Validitas.....	29

2. Uji Reliabilitas.....	29
H. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	30
1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
2. Uji Parsial.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	32
B. Analisis Deskriptif.....	33
1. Berdasarkan jenis kelamin.....	33
2. Berdasarkan pekerjaan.....	34
3. Berdasarkan frekuensi pembelian.....	35
C. Uji kualitas instrumen.....	36
1. Uji validitas.....	36
2. Uji reliabilitas.....	38
D. Hasil Penelitian (uji hipotesis).....	38
E. Pembahasan.....	41
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	43
A. Simpulan.....	43
B. Saran.....	43
C. Keterbatasan Penelitian.....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.2 Kriteria Responden Berdasarkan pekerjaan.....	34
4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	35
4.4 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	37
4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian.....	38
4.6 Hasil Perhitungan Regresi.....	39

DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian.....	23
---------------------------	----