

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
PRODUK *PRIVATE LABEL BRANDS* RITEL MODERN**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CUSTOMER
LOYALTY WITH TRUST AND PURCHASE DECISIONS AS
MEDIATION VARIABLES ON MODERN RETAIL PRIVATE
LABEL PRODUCTS***

TESIS



DISUSUN OLEH:

MARDIANA 20191020006

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mardiana

Program Studi : Magister Manajemen

NomorMahasiswa : 20191020006

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis saya yang berjudul: Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada produk private label brands ritel modern, hasil karya saya sendiri yang tidak mengandung plagiarisme karya orang lain dan tidak diterbitkan dengan pihak siapa pun. Seluruh informasi data yang dikutip telah dinyatakan benar sesuai dengan kaidah penelitian.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan digunakan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia

Yogyakarta, 29 Juli 2022



Yang membuat pernyataan
Mardiana
20191020006

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan karya ini untuk orang-orang tercinta yang selalu menjadi bagian dalam hidupku, membangkitkan semangatku, senantiasa ada dalam suka dan duka:

Untuk kedua orang tuaku Rahmatia dan Umar, yang menjadi perantara kehidupan bagiku. Nasehat dan bimbinganmu memberikan inspirasi dan semangat bagiku dalam menghadapi kehidupan ini.

Untuk ketiga kakaku, alm. Rusli Umar, Marlina Umar, Mariana Umar yang selalu *support* aku saat lagi *down*. Terimakasih atas do'anya selama ini.

Teman seperjuangan baik diperkejaan ataupun di perkulihan Meisy Lathifah dan supporter setia kita Valen, terimakasih banyak sudah memberi motivasi, semangat dan dukungan kalian selama ini.

Keluarga besarku, terima kasih atas dukungan dan perhatiannya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis dengan judul “Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan dan keputusan pembelian sebagai variabel mediasi pada produk private label brands ritel modern” ini adalah salah satu syarat memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan, hal ini karena keterbatasan penulis. Keberhasilan penulisan karya ilmiah ini dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., M. Sc.Eng., Ph.D.Eng., IPM. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Arni Surwanti, M. Si dan Ibu Retno Widowati PA., SE., M.Si., P.hd selaku ketua program dan sekretaris Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, SE., M.Si selaku selaku dosen penguji, yang telah memberikan bimbingan, masukan.
5. Bapak Dr. Nuryakin, SE., M.M selaku selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan motivasi selama proses penyelesaian tesis.
6. Seluruh Dosen, staf Pengajaran dan seketariat program studi magister manajemen, serta staf biro umum urusan keamanan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta telah memberikan banyak dorongan bagi peneliti dalam penyelesaian tesis ini.

7. Kedua orangtua tercinta, yang dengan penuh perhatian, pengorbanan, dan kasih sayang yang tak terhingga sehingga sampai saat ini selalu mendukung, membimbing, dan memotivasi segala sesuatu yang terbaik untuk peneliti. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, rezeki, dan nikmat-Nya di dunia dan akhirat

Akhirnya harapan penulis, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 29 Juli 2022



Mardiana

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Hipotesis.....	20
D. Model Penelitian	25
BAB III.....	26
METODE PENELITIAN.....	26
A. Objek dan Subjek Penelitian	26
B. Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
C. Jenis Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
F. Uji Kualitas Data.....	31
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	34
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum.....	39
B. Karakteristik Responden	40
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	43
D. Uji Kualitas Instrumen	47
E. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	53
E. Pengujian Hipotesis.....	62
F. Pembahasan.....	66
BAB V.....	73
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN.....	73
A. Simpulan	73
B. Keterbatasan.....	74
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	1
LAMPIRAN	7
1. KUESIONER PENELITIAN.....	8
2. FREKUENSI KARAKTERISTIK RESPONDEN	12
3. STATISTIK DESKRIPTIF	13
4. UJI CFA VARIABEL	20
5. MODEL.....	23
6. UJI NORMALITAS	24
7. DEGREE OF FREEDOM.....	28
8. MODEL FIT.....	28
9. UJI HIPOTESIS	29

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Penilaian Jawaban Kuisisioner	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
Tabel 3.3 Kriteria Goodness of Fit.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
Tabel 4.5 Interpretasi Kelas Interval.....	43
Tabel 4.6 Diskripsi Variabel Citra Merek.....	44
Tabel 4.7 Diskripsi Variabel Kepercayaan	45
Tabel 4.8 Diskripsi Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.9 Diskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4.10 Uji Validitas Indikator Citra Merek	48
Tabel 4.11 Uji Validitas Indikator Kepercayaan.....	49
Tabel 4.12 Uji Validitas Indikator Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.13 Uji Validitas Indikator Loyalitas.....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Outliers	57
Tabel 4.17 Computation of degrees of freedom (Default model).....	58
Tabel 4.18 Menilai Goodness of Fit.....	59
Tabel 4.19 Hubungan antar variabel	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Ritel Modern.....	1
Grafik 1.2 Ritel Modern dengan Jumlah Gerai Terbanyak.....	2
Grafik 1.3 Survei Private Label	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	25
Gambar 4.1 Uji CFA Variabel Citra Merek.....	48
Gambar 4.2 Uji CFA Variabel Kepercayaan	49
Gambar 4.3 Uji CFA Variabel Keputusan Pembelian	50
Gambar 4.4 Uji CFA Variabel Loyalitas	51
Gambar 4.5 Diagram Alur.....	54
Gambar 4.6 Persamaan Struktural.....	55
Gambar 4.7 Nilai Batas Mahalanobis Distance	57
<i>Gambar 4.8 Full Model</i>	59