

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SABUN CAIR SUNLIGHT
(Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga RW 04 Kelurahan Kanigoro,
Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan Oleh:

Nama : Eka Rizky Wahyuni
NIM : 51414014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN
2019**

Skripsi berjudul

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SABUN CAIR SUNLIGHT
(Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga RW 04 Kelurahan Kanigoro,
Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Rizky Wahyuni (51414014)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima, guna mencapai sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen

Madiun, 10 Januari 2019

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si
Ketua ()
2. Vivi Ariyani, S.E., M.Sc.
Anggota ()
3. Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
Anggota ()

Skripsi berjudul

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN SABUN CAIR SUNLIGHT**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Eka Rizky Wahyuni (51414014)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen

Madiun, 5 Oktober 2018
Disetujui dan diterima baik oleh
Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.
NIDN. 0713126601

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unjka Widya Mandala Madiun



M. Hafflan, S.E., M.Sc.
NIDN. 0702067703

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Unjka Widya Mandala Madiun



Fitria Ariyani, S.E., M.Sc.
NIDN. 0717128001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat dengan judul: **Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Cair Sunlight (Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga RW 04 Kelurahan Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun)** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Jikalau ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar keserjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 19 Desember 2018



Eka Rizky Wahyuni

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.” (Q.S. Al Insyirah:5)

“Untuk mendapatkan hasil yang manis memerlukan usaha dan kerja keras, serta doa dan janganlah kamu pantang menyerah.”

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ♥ Ibu dan Bapak tercinta
- ♥ Riska
- ♥ Sahabat dan teman-temanku
- ♥ Almamaterku

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Sabun Cair Sunlight. Responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di RW 04 Kelurahan Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun yaitu sebesar 96 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial iklan, citra merek, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Peneliti memberikan sedikit saran dan masukan bahwa koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini sebesar 63,6%, sehingga masih terdapat variabel lain yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: iklan, citra merek, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Cair Sunlight (Studi Empiris Pada Ibu Rumah Tangga RW 04 Kelurahan Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun)**. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi gelar Sarjana Manajemen Progam Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini pastinya tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu:

1. Bapak Mujilan, S.E., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Vivi Ariyani, S.E., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
3. Bapak Dra. Dyah Kurniawati, M.Si, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, saran, dan nasehat yang sangat berguna selama penulisan skripsi.
4. Ibu Veronika Agustini Srimulyani, S.E., M.Si selaku wali studi dan Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, khususnya progam studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan motivasi sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam menyusun skripsi.

5. Bapak Sukadi Kukuh selaku Ketua RW 04 Kelurahan Kanigoro, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian.
6. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner demi kelancaran penelitian ini.
7. Ibu, Bapak, Riska, Wasis dan seluruh keluarga yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan selama kuliah dan penyusunan skripsi.
8. Yang terbaik Mbak Hesti yang selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk yang tercinta Henry, Tri Sefti, Fithia, Resto Ari, Niko, Danik, Samsul, Rastria, Aji, Wahyu Eliana, Isnaini, Dona, Iren yang menemani dalam setiap proses belajar di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 19 Desember 2018

Penulis,

Eka Rizky Wahyuni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	8
A. Telaah Teori dan Pengembangan Hipotesis	8
1. Promosi	8
2. Iklan	10
3. Citra Merek	13
4. Kepuasan Konsumen	17
5. Loyalitas Konsumen	19
B. Pengembangan Hipotesis	23
1. Pengaruh Iklan terhadap Loyalitas Konsumen	23
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	25
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	25
C. Kerangka Konseptual dan Model Penelitian	26
BAB III METODA PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
1. Variabel Penelitian	30
2. Definisi Operasional Variabel	31
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data	33
F. Teknik Analisis	34
1. Uji Kualitas Data	34

2. Uji Asumsi Klasik	35
3. Analisis Regresi Linear Berganda	38
4. Koefisien Determinasi (R^2)	39
5. Uji Hipotesis	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	40
1. PT. Unilever Indonesia Tbk	40
2. Gambaran Umum Kelurahan Kanigoro Kota Madiun	41
B. Data Responden	42
C. Karakteristik Responden	42
D. Deskripsi Variabel Penelitian	44
1. Deskripsi Variabel Iklan	45
2. Deskripsi Variabel Citra Merek	47
3. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen	48
4. Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen	49
E. Uji Kualitas Data	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas	52
F. Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas	52
2. Uji Multikolinieritas	53
3. Uji Autokorelasi	54
4. Uji Heterokedastisitas	55
G. Analisis Regresi Linear Berganda	56
1. Persamaan Regresi	56
2. Koefisien Determinasi (R^2)	58
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	59
H. Pembahasan	62
1. Pengaruh Iklan terhadap Loyalitas Konsumen	62
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	63
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
A. Simpulan	66
B. Implikasi Manajerial	67
C. Keterbatasan Penelitian	68
D. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Respon Rate dan Kuesioner yang Diolah	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4.5	Rentang Skala	44
Tabel 4.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel Iklan	45
Tabel 4.7	Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	47
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	49
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Validitas	51
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.12	Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.13	Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.14	Analisis Regresi Linear Berganda	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1	Grafik Normal Plot	53
Gambar 4.2	Uji Grafik <i>Scatterplot</i>	56
Gambar 4.3	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Iklan	60
Gambar 4.4	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Citra Merek ...	61
Gambar 4.5	Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Variabel Kepuasan Konsumen	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Perijinan dan Daftar Kuesioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Deskripsi Variabel Penelitian
Lampiran 4	Uji Kualitas Data
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Uji Regresi Berganda
Lampiran 7	Daftar Tabel r, Tabel t, dan Tabel Durbin Watson