

***BRAND LOYALTY* SEBAGAI KONSEKUEN ATAS *BRAND IMAGE*,  
*BRAND SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST***

**(Studi Kasus Pada Kopi Kenangan DIY)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

Dinda Febriyanti Magmar

NIM: 1900011241

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**BRAND LOYALTY AS A CONSEQUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND  
SATISFACTION, AND BRAND TRUST  
(A Case Study On Memories Coffee In DIY)**

**THESIS**

Submitted to fulfill one of the requirements  
to obtain a bachelor's degree in  
the Management Study Program, Faculty of Economics and Business,  
Ahmad Dahlan University  
Yogyakarta



Written by:  
Dinda Febriyanti Magmar  
1900011241

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
AHMAD DAHLAN UNIVERSITY**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Judul Skripsi:

***BRAND LOYALTY* SEBAGAI KONSEKUEN ATAS *BRAND IMAGE*,  
*BRAND SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST*  
(Studi Kasus Pada Kopi Kenangan DIY)**

Disusun Oleh:

Dinda Febriyanti Magmar

1900011241



Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'SA', is written over the printed name of the supervisor.

Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si

NIY.

## LEMBAR PENGESAHAN

**BRAND LOYALTY SEBAGAI KONSEKUEN ATAS BRAND IMAGE,  
BRAND SATISFACTION, DAN BRAND TRUST**

**(Studi Kasus Pada Kopi Kenangan DIY)**

Diajukan Oleh

Dinda Febriyanti Magmar

NIM 1900011241

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal :

Yang terdiri dari

Ketua

  
Dr. Salamatin Asakdiyah, M.Si.

Penguji I



Ani Muttaqiyathun, S.E., M.Si.

Penguji II



Denny Ismanto, S.E., M.Si.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan



  
Dini Yuniarti, S.E., M.Si.

NIY.60960144



## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**BRAND LOYALTY SEBAGAI KONSEKUEN ATAS BRAND IMAGE, BRAND SATISFACTION, DAN BRAND TRUST (Studi Kasus Pada Kopi Kenangan DIY).** Ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan 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 dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta

Yang menyatakan



Dinda Febrivanti Magmar

NIM : 1900011241

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



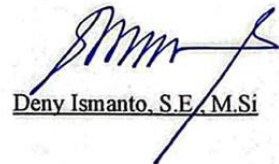
Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Ani Muttaqiyathun, S.E., M.Si

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Deny Ismanto, S.E., M.Si

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dinda Febriyanti Magmar  
NIM : 1900011241  
E-mail : dinda1900011241@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir` : **BRAND LOYALLTY SEBAGAI KONSEKUEN  
ATAS BRAND IMAGE, BRAND SATISFACTION,  
DAN BRAND TRUST (Studi Kasus Kopi  
Kenangan DIY )**

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 15 Juni 2023



Dinda Febriyanti Magmar

NIM : 1900011241

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Febriyanti Magmar  
NIM : 1900011241  
*E-mail* : dinda1900011241@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : *Brand Loyalty* sebagai konsekuen atas *Brand Image*,  
*Brand Satisfaction*, dan *Brand Trust*

Dengan ini saya menyerahkan hak sepenuhnya kepada Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut

Saya (~~Mengijinkan/tidak mengijinkan~~)\* karya tersebut diunggah kedalam Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 15 Juni 2023



Dinda Febriyanti Magmar  
NIM 1900011241

Mengetahui,  
Pembimbing\*\*



Dr Salamatun Asakdiyah, M.Si.

## **MOTTO**

“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.”

(Surat At Thalaq Ayat 2-3)



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada orang yang saya cintai dan yang sangat berarti dalam hidup saya:

Ibunda (Siti Mariam) yang selalu merawat, mendoakan, selalu memotivasi, dan selalu memberikan semangat agar menjadi pribadi yang baik dan sukses.

Kakakku tercinta Igma Listiani Magmar terima kasih atas dukungan, support yang kalian berikan dan yang selalu memberikan semangat dan dukungan bagi penulis selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Saudaraku dan keluarga besar yang selalu memberiku semangat dan do'a

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirobbil'alamin Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang memberikan nikmat, rahmat, serta hidayahNya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**BRAND LOYALLTY SEBAGAI KONSEKUEN ATAS BRAND IMAGE, BRAND SATISFACTION, DAN BRAND TRUST (Studi pada Kopi Kenangan DIY)**". Adapun maksud penyusun skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dalam penyajian maupun bentuk yang disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki, akan tetapi berkat bimbingan, arahan, bantuan dan do'a dari berbagai pihak sehingga pada akhirnya penulis menyelesaikan skripsi ini. Maka, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si. selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M., CFP selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

4. Ibu Dr., Salamaton Asakdiyah., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan yang sangat baik dengan penuh kesabaran, serta arahan yang begitu berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Ani Muttaqiyatun, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan yang sangat baik dengan penuh kesabaran, serta arahan yang begitu berarti dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
7. Seluruh staf TU, Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Perpustakaan, kemahasiswaan dan seluruh karyawan dikampus 1 yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswa.
8. Untuk Ibundaku tersayang dan tercinta Ibu Siti Mariam yang telah memotivasi, mengasuh dan juga mendidik saya dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang besar dan tulus tanpa sebab dan tidak berhenti mendo'akan saya selama ini dan memperhatikan saya untuk menjadi anak yang sholeh dan selalu memberikan dukungan selama ini.
9. Untuk Kakakku tercinta Igma Listiani Magmar terimakasih atas dukungan, support, selalu memberikan semangat dan dukungan bagi saya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Untuk Kekasihku tercinta Tomi Nurhidayat terimakasih atas dukungan, support, selalu memberikan semangat dan dukungan bagi saya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk Sahabatku tercinta Dian Umul Haeratin, Ghurufati Amin, Rizky Putri Nanda, dan Dianita Putri Khasanah terimakasih atas dukungan, support, selalu memberikan semangat dan dukungan bagi saya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk Adiku tersayang Shella Apriliani, Salsabila Nuranisa Wahyudi, dan Lelyta Suci Anggraeni Kusumaningtyas terimakasih atas dukungan, support, selalu memberikan semangat dan dukungan bagi saya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Rekan-rekan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan angkatan 2019 yang telah berjuang bersama selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan banyak kekurangannya. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini memeberikan manfaat bagi banyak pembaca dan dapat dijadikan sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya. *Wassalamu'alaikum. Wr.wb*

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Penulis



Dinda Febriyanti Magmar

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	iv
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xivi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
A. Kajian Pustaka .....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	16
C. Pengembangan Hipotesis .....	18
D. Model Penelitian .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
A. Metode Penelitian .....	24
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	36
A. Deskripsi Objek Penelitian/Analisis Deskriptif .....	36
1. Karakteristik Responden .....	36
2. Uji Reliabilitas .....	47

B. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	48
1. Regresi Linear Berganda .....	48
2. Uji Parsial (Uji T) .....	50
3. Uji Simultan (Uji F) .....	52
4. Uji Koefisien Determinasi.....	53
C. Pembahasan .....	54
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	54
2. Pengaruh Brand Satisfaction Terhadap <i>Brand Loyalty</i> ....	56
3. Pengaruh Brand Trust Terhadap Brand Loyalty .....	57
BAB V    PENUTUP .....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Keterbatasan Penelitian.....	59
C. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62



## DAFTAR TABEL

Tabel

2. 1	Penelitian Terdahulu .....	16
4. 1	Jenis Kelamin Responden .....	37
4. 2	Pendidikan Terakhir Responden .....	37
4.3	Usia Responden .....	38
4. 4	Pekerjaan Responden .....	39
4. 5	Domisili Responden.....	40
4. 6	KMO and Bartlett's Test (X1) .....	42
4. 7	Component Matrix .....	42
4. 8	KMO and Bartlett' Test (X2).....	43
4. 9	Component Matrix .....	43
4. 10	KMO and Bartlett's Test (X3) .....	44
4. 11	Component Matrix .....	45
4. 12	KMO and Bartlett's Test (Y) .....	46
4. 13	Component Matrix .....	46
4. 14	Hasil Uji Reliabilitas.....	47
4. 15	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	48
4. 16	Hasil Uji Parsial (uji t) .....	51
4. 17	Hasil Uji F.....	53
4. 18	Uji Koefisien Determinasi .....	54

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1. 1	Top brand index fase 1 2022 .....	3
2. 1	Model Penelitian .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	66
LAMPIRAN 2 DATA RESPONDEN .....	69
LAMPIRAN 3 HASIL KUESIONER PENELITIAN .....	71
LAMPIRAN 4 HASIL <i>OUTPUT</i> KMO DAN UJI VALIDITAS .....	85
LAMPIRAN 5 HASIL <i>OUTPUT</i> UJI RELIABILITAS.....	91
LAMPIRAN 6 HASIL <i>OUTPUT</i> ANALISIS REGRESI.....	92

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Brand Satisfaction* dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* (studi kasus pada Kopi Kenangan DIY). Penelitian ini ditunjukkan kepada konsumen pada Kopi Kenangan dengan responden berjumlah 130. Metode pengumpulan sampel menggunakan Teknik *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan dibantu SPSS versi 25 for windows. Berdasarkan hasil analisis data penelitian ini diperoleh data berdasarkan uji signifikan parsial bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* karena nilai signifikannya sebesar 0,002 atau lebih kecil dari 0,05. *Brand Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* karena nilai signifikannya sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* karena nilai signifikannya sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05.

*Brand Image* (X1), *Brand Satisfaction* (X2), *Brand Trust* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty* (Y). tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dari hasil output analisis R Square diatas diketahui nilai Adjusted R Square adalah 0,556, hal ini berarti kemampuan variabel kualitas produk, harga, lokasi dalam menjelaskan kepuasan konsumen adalah 78,5% sementara (100% - 55,6% = 44,4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Brand Satisfaction*, *Brand Trust*, dan *Brand Loyalty*