

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEPATU MEREK *NIKE***

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2020

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**



[Handwritten signature]

Ni Luh Wawan Savang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

[Handwritten signature]

Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Skripsi oleh Ahmad Samsul Rizal ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada : 17 januari 2020

Dewan Penguji.



Ni Luh Wawan Savang Telagawathi, S.E., M.Si.

(Ketua)

NIP. 197611102014042001



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.

(Anggota)

NIP. 198207292010122003



Trianasari, M.M. Ph.D.

(Anggota)

NIP. 197006062002122002

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 17 Januari 2020

Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian


Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E. Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha


Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd.
NIP. 195808071981031003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek *Nike*” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.



PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa/Allah SWT karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek Nike”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pendidikan pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha
2. Prof. Dr. Naswan Suharsono, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,Msi. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Dra. Ni Made Suci, M.Si. Selaku koordinator program studi manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si., selaku Pembimbing I yang dengan segala tanggungjawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran, masukan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang dengan segala tanggungjawab, kesabaran dan semangat dalam memberikan bimbingan, saran, masukan dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan petunjuk, saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.

8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan dan petunjuk selama perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang di butuhkan selama kuliah dan selama penyusunan skripsi ini.
10. Kepala dan karyawan Singaraja Futsal yang telah memberikan izin penelitian, informasi dan data yang diperlukan berkaitan dengan judul penelitian ini, sehingga penyelesaian skripsi ini berjalan dengan lancar.
11. Kedua orang tua (M. Shobari dan Siti Rohmah) Kakak (Ahmad Arif Mustofa, Isnaini Ruli Masfiah dan Yusuf Umarul Alifi) Adik (Moh. Nafik Qorinatul Mursada dan Al Ayubi Andi Ragil Syahputra) yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman HMJ Manajemen masa bakti 2015-2016 dan masa bakti 2016-2017.
13. Teman-teman Manajemen angkatan 2014.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran serta kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 17 Januari 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	9
2.1 Deskripsi Teoretis	9
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	9
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	11
2.1.4 Pengertian Citra Merek.....	11
2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek	12
2.1.6 Indikator Citra Merek	12
2.1.7 Pengertian Harga	13
2.1.8 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	14
2.1.9 Indikator Harga.....	15
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	16

2.3	Hubungan Antar Variabel	17
2.4	Kerangka Berpikir	19
2.5	Hipotesis Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....		21
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2	Rancangan Penelitian	21
3.3	Subjek/Objek Penelitian/Popoulasi dan Sampel Penelitian.....	21
3.3.1	Subjek dan Objek Penelitian.....	21
3.3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
3.4.1	Variabel Penelitian.....	22
3.4.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
3.5	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	24
3.5.1	Metode Pengumpulan Data	24
3.5.2	Instrumen Pengumpulan Data	24
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data.....	25
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.6.2	Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	29
3.6.4	Hipotesis Statistik.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Deskripsi Responden.....	32
4.2	Pengujian Asumsi.....	32
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	32
4.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	33
4.4	Koefisien Determinasi (R^2)	34
4.5	Pengujian Hipotesis.....	35
4.5.1	Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	35

4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	35
4.5.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	35
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	35
4.6.1 Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	35
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	37
4.6.3 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	37
4.6.4 Keterbatasan Penelitian	38
4.7 Implikasi	38
BAB V PENUTUP	40
5.1 Rangkuman	40
5.2 Simpulan	41
5.3 Saran	42
DAFTAR RUJUKAN	43



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Indeks Sepatu Tahun 2016-2018	4
Tabel 2.1 PenelitianTerdahulu.....	16
Tabel 3.1 Konsep Operasional Variabel	22
Tabel 3.2 Konsep Variabel, Devinisi, Indikator, Satuan Ukur Dan Skala Pengukuran	22
Tabel 3.3 <i>Skala Likert</i> Pada Pertanyaan Tertutup.....	24
Tabel 4.1 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Kerangka Berpikir Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Merek <i>Nike</i> di Singaraja Futsal.....	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Pengumpulan Data	45
Lampiran 02. Surat Balasan Observasi	46
Lampiran 03. Angket Penelitian	47
Lampiran 04. Kuesioner Pengumpulan Data	48
Lampiran 05. Tabulasi Data Kuesioner	51
Lampiran 06. Hasil Uji Normalitas	54
Lampiran 07. Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
Lampiran 08. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Lampiran 09. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	58
Lampiran 10. Foto-foto Pengambilan Data.....	6

