

**KEPERCAYAAN MEREK MEMEDIASI PENGARUH
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SABUN PENCUCI
PIRING MAMA LIME
(STUDI KASUS DI KECAMATAN BULELENG)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Komang Tri Anggrayani
NIM 1917041066**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2023

SKRIPSI

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

Menyetujui

Pembimbing I,

Pembimbing II.



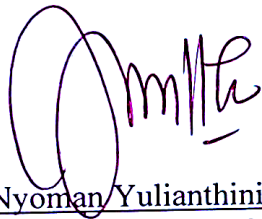
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729 201012 2 003



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 19850220 201012 1 007

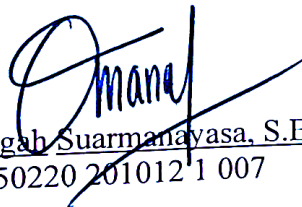
Skripsi oleh Komang Tri Anggrayani ini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 14 Juni 2023

Dewan Penguji,



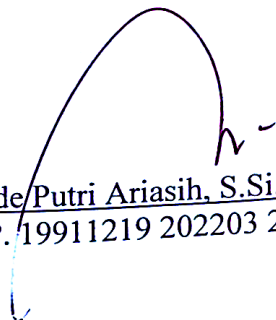
Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729 201012 2 003

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 19850220 201012 1 007

(Anggota)



Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 19911219 202203 2 010

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Juni 2023

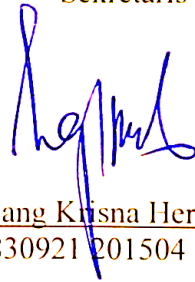
Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M. Si.
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 19830921 201504 1 001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIP. 19790616 200212 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Kepercayaan Merek Memediasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sabun Pencuci Piring Mama Lime (Studi Kasus di Kecamatan Buleleng)” 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 ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 14 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,



Komang Tri Anggrayani
NIM. 1917041066

KATA PERSEMBAHAN

“Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas asung kerta nugraha Ida yang diberikan, skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu”

“Kepada pembimbing Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. dan Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. yang senantiasa penuh tanggung jawab, memberikan, saran, bimbingan, dan pengarahan hingga skripsi ini dapat diselesaikan”

“Kepada kedua orang tua tercinta Gede Sunada (Bapak) dan I Dewa Ayu Puspanadi (Ibu) yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan cinta kasih yang tiada henti di setiap langkah perjalanan dalam hidup saya”

“Kepada saudara tersayang Putu Rahayu Utami, Kadek Sri Harumdani, Ketut Daria Martini, Putu Tagel Alesia Martayani, dan Made Surya Wahyuna, serta orang istimewa yaitu Dewa Made Fairawan yang telah memberikan semangat serta motivasi dengan tulus”

“Teruntuk sahabat dan teman-teman Jurusan S1 Manajemen yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang tidak pernah bosan dalam memberikan ucapan semangat sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik, terimakasih atas semangat dan motivasi yang kalian berikan”

“Akhir kata, skripsi ini saya persembahkan kepada semua orang yang telah terlibat dalam memberikan doa, semangat dan membantu dalam menghadapi kesulitan-kesulitan yang saya alami selama proses mengerjakan skripsi ini”

.....Terimakasih.....

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Kepercayaan Merek Memediasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Sabun Pencuci Piring Mama Lime (Studi Kasus di Kecamatan Buleleng)”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha, yang telah memberikan kesempatan untuk menjadi mahasiswi dan kuliah di Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, yang sudah memberikan fasilitas dalam menjalankan perkuliahan di Fakultas Ekonomi.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha dan Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, memberikan masukan serta pengarahan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, yang telah membimbing saya dalam mengikuti perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, memberikan masukan serta pengarahan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.

7. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah membantu dalam memberikan informasi, pelayanan, dan petunjuk selama proses perkuliahan.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku literatur yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
9. Kedua Orang Tua tercinta (Gede Sunada dan I Dewa Ayu Puspanadi), Saudara tersayang Putu Rahayu Utami, Kadek Sri Harumdani, Ketut Daria Martini, Putu Tagel Alesia Martayani dan Made Surya Wahyuna, seluruh anggota keluarga, serta Dewa Made Fairawan yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, inspirasi, dan tentunya yang paling utama yaitu dukungan berupa materi dan non materi baik itu sarana dan prasarana yang sangat mendukung sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan.
10. Sahabat-sahabat tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu bisa diajak berjuang bersama-sama dari awal semester hingga saat ini, saling memberikan semangat, motivasi, selalu ada baik di saat suka maupun duka.
11. Teman-teman Program Studi S1 Manajemen angkatan 2019
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 14 Juni 2023

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 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teoritis.....	12
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.2 Citra Merek.....	14
2.1.2.1 Definisi Citra Merek.....	14
2.1.2.2 Indikator Citra Merek.....	16
2.1.3 Kepercayaan Merek.....	16
2.1.3.1 Definisi Kepercayaan Merek.....	16
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan Merek.....	17
2.2 Penelitian Relevan Sebelumnya.....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3.1 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	23
2.3.2 Hubungan Citra Merek dengan Kepercayaan Merek.....	24

2.3.3 Hubungan Kepercayaan Merek dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
2.3.4 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek.....	25
2.4 Kerangka Berpikir	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.2 Rancangan Penelitian	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	32
3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	33
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Rancangan Pengujian Hipotesis	36
3.8.1.1 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	36
3.8.1.2 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepercayaan Merek (Z).....	37
3.8.1.3 Sub-struktur Pengaruh Variabel Kepercayaan Merek (Z) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	38
3.8.1.4 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Merek (Z)....	39

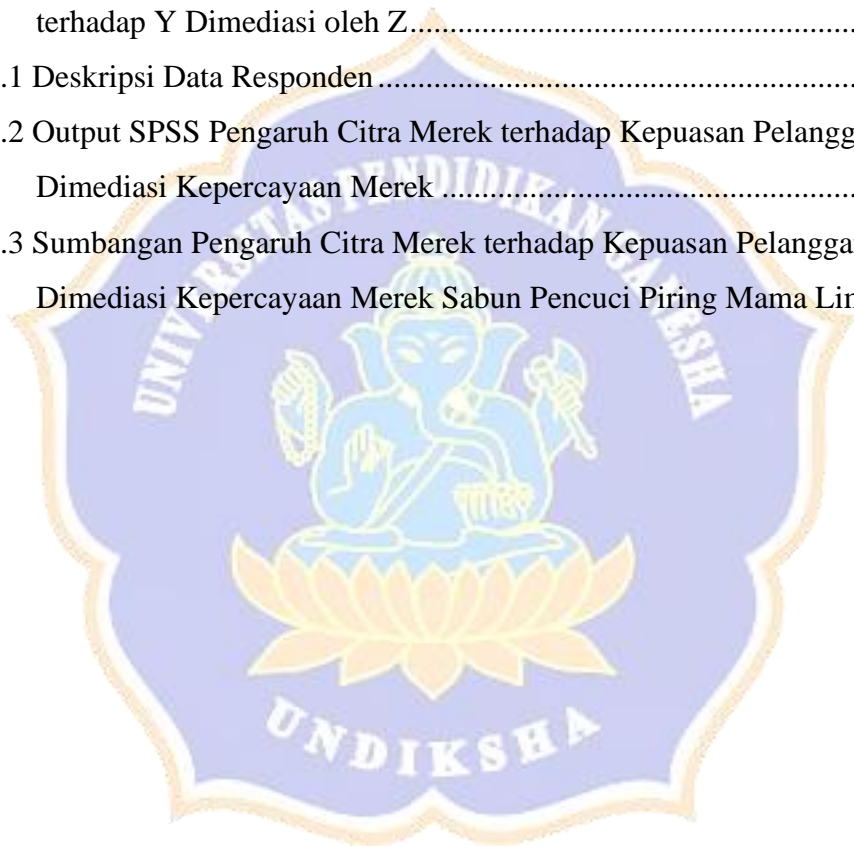
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	42
4.2 Hasil Penelitian	43
4.3 Pengujian Hipotesis.....	46
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	46
4.3.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek	47

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	47
4.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek	48
4.3.5 Pengujian Mediasi Kepercayaan Merek pada Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	49
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	50
4.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	50
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek	51
4.4.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	53
4.4.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek	54
4.5 Keterbatasan Penelitian	56
4.6 Implikasi Penelitian.....	56
4.6.1 Implikasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan .	56
4.6.2 Implikasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek ..	57
4.6.3 Implikasi Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	58
4.6.4 Implikasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek	58
BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman.....	60
5.2 Simpulan.....	62
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1. <i>Top Brand Index</i> Sabun Pencuci Piring Cair Periode 2020-2022.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.....	35
Tabel 3.4 Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel X terhadap Y Dimediasi oleh Z.....	40
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden	42
Tabel 4.2 Output SPSS Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek	43
Tabel 4.3 Sumbangan Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Dimediasi Kepercayaan Merek Sabun Pencuci Piring Mama Lime	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	26
Gambar 3.1 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan	36
Gambar 3.2 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepercayaan Merek (Z)	37
Gambar 3.3 Sub-struktur Pengaruh Variabel Kepercayaan Merek (X) terhadap Kepercayaan Merek (Z)	38
Gambar 3.4 Sub-struktur Pengaruh Variabel Citra Merek (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	39
Gambar 4.1 Kepercayaan Merek memediasi Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Penelitian	69
Lampiran 02. Data Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 03. Deskripsi Responden Penelitian	78
Lampiran 04. Hasil Uji Validitas	79
Lampiran 05. Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 06. Hasil Analisis Jalur	83

