

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA  
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

**SKRIPSI**

**DIAN ROSDIANA**

**21160000372**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S-1)  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA  
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

**SKRIPSI**

**DIAN ROSDIANA**

**21160000372**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 (S-1)**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapat gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 09 Juli 2021

**DIAN ROSDIANA**

NPM 21160000372

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA., dan diketahui oleh kepala Program Studi Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada program studi Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc Sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia, Jakarta.

Jakarta, 09 Juli 2021

Pembimbing,



Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA.

Kepala Program Studi S1  
Manajemen,



digitally signed  
disign.ipb.ac.id

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN


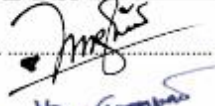


Karya Ilmiah dengan judul :

### **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

**(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 09 Juli 2021 dengan nilai **A**.

#### Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA.  
(Pembimbing)
3.  : Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si  
(Penguji 1)
4.  : Ir Ginanjar Syamsuar, ME  
(Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya-Nyalah kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program studi S1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si dan Ir Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, MSc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, selaku Kepala Program Studi S- 1 Manajemen.
5. Kepada kedua orang tua saya, yang selama ini tidak pernah berhenti memberikan kasih sayang, cinta, doa, support, motivasi, mendukung saya dalam hal positif apapun yang saya lakukan, serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Suami saya Kabul Nuryanto, yang selama ini membimbing saya, memberikan doa, support, motivasi, mendukung saya dalam hal positif apapun yang saya lakukan, serta memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ketiga adik saya yang tersayang, Nurul Fathonah, Ahmad Zain, Salman Al-Farizi terima kasih untuk doa dan dukungannya.

7. Kepada sahabat seperjuangan saya, Agisnawati, Anisa Setianingrum, Denadia Fermatari, Farhaeni Hadianika, Hesti Herawati, Siti Malihatun, Yuyu Winasih yang dari awal masuk selalu bersama dan mensupport saya untuk selalu semangat dan tidak malas dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada rekan kerja di tempat kerja saya, Endang Susilowati, Badarudin Aldarto, Nuria Sari Nadya, Heri Purwant, Abdul Syukur dan rekan kerja yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya agar tidak malas dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada sahabat saya Enggar Purwandani dan segenap teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dukungan baik materi, semangat dan perhatiannya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti megharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini. tentunya banyak kesalahan dan kekurangan dalam proposal ini.

Jakarta, 09 Juli 2021



**DIAN ROSDIANA**

NPM 21160000372

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Rosdiana  
NPM : 21160000372  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas Karya Ilmiah Saya yang berjudul :

## **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA PADA MASA PANDEMI COVID-19**

### **(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 09 Juli 2021

Yang menyatakan,



DIAN ROSDIANA



Nama : Dian Rosdiana

Dosen Pembimbing :

NPM : 21160000372

Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA.

Progam Studi S1 Manajemen

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA  
PADA MASA PANDEMI COVID-19  
(Study Pada Konsumen Aqua di Agen AHS Salman  
Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) merek Aqua pada masa pandemi Covid-19. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Aqua di Agen AHS Salman Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel adalah konsumen Aqua di Agen AHS Salman Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara yang berjumlah 100 responden yang di ambil dari populasi yang berjumlah 1.000 orang dengan teknik *purposive sampling*. Analisis dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui google form. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan promosi dalam persepsi konsumen terhadap suatu produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan harga dalam persepsi konsumen terhadap suatu produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan AMDK merek Aqua pada masa pandemi Covid-19 di Agen AHS Salman Kecamatan Sunter Agung, Jakarta Utara. Variabel promosi merupakan variabel paling dominan terhadap loyalitas pelanggan.

***Kata kunci : Citra Merek, Harga, Promosi dan Loyalitas Pelanggan***

Nama : Dian Rosdiana

Dosen Pembimbing :

NPK : 21160000372

Dr. M. Anhar, M.Si.,Ak.,CA.

Progam Studi S1 Manajemen

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY OF DRINKING WATER IN AQUA BRAND PACKAGING DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

**(Study on Aqua Consumers at Salman AHS Agent, Sunter Agung District, North Jakarta)**

***ABSTRACK***

This study aims to determine the influence of brand image, price and promotion on customer loyalty for Aqua brand bottled drinking water during the Covid-19 pandemic. The population in this study is Aqua Consumers at Salman AHS Agent, Sunter Agung District, North Jakarta. This type of research is a quantitative research. The sample is Aqua consumers at AHS Salman Agent, Sunter Agung District, North Jakarta, totaling 100 respondents taken from a population of 1,000 people with purposive sampling technique. The analysis was carried out by distributing questionnaires via google form. The analysis technique used in this research is validity test, reliability test, classical assumption, multiple linear regression test, coefficient of determination, and t test.

The results of this study indicate that brand image and promotion in consumer perceptions of a product have a positive and significant influence on customer loyalty, while price in consumer perceptions of a product has a positive but not significant influence on customer loyalty for Aqua brand bottled water during the Covid-19 pandemic. at Salman AHS Agent, Sunter Agung District, North Jakarta. Promotion variable is the most dominant variable on customer loyalty.

***Keyword : Brand Image, Price, Promotion and Customer Loyalty***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Pengertian Marketing. ....	11
2.2.2. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	11
2.2.3. Pengertian Citra Merek .....	12

2.2.4. Indikator Citra Merek .....	13
2.2.5. Pengertian Persepsi Harga .....	14
2.2.6. Indikator Harga .....	14
2.2.7. Pengertian Promosi .....	15
2.2.8. Indikator Promosi .....	16
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian .....	17
2.3.1. Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas pelanggan .....	17
2.3.2. Hubungan Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan ....	18
2.3.3. Hubungan Persepsi Promosi dengan Loyalitas Pelanggan..	18
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	19
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	21
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	24
3.2. Populasi dan Sampel .....	24
3.2.1. Populasi penelitian .....	24
3.2.2. Sampling dan Sampel penelitian .....	25
3.3. Sumber Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	27
3.3.1. Sumber Data .....	27
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data .....	28
3.4. Operasional Variabel .....	29
3.4.1. Variabel Terikat .....	29
3.4.2. Variabel Bebas .....	29
3.4.3. Definisi Variabel Penelitian .....	30
3.5. Metoda Analisis Data .....	32
3.5.1. Metode Pengolahan Data .....	32
3.5.2. Metode Penyajian Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	41
4.1.1. Sejarah Singkat Air Minum Dalam Kemasan Aqua .....	41
4.1.2. Profil Perusahaan .....	41
4.1.3. Visi dan Misi Aqua .....	42
4.1.4. Produk Aqua .....	43
4.2. Deskripsi Responden .....	43
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	46
4.3.1. Uji Validitas .....	46
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	50
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.1. Uji Normalitas .....	51
4.4.2. Uji Multikolonieritas .....	52
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	53
4.5. Deskripsi Data .....	54
4.6. Analisis Statistik Data .....	58
4.6.1. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	58
4.6.2. Koefisien Determinasi .....	60
4.7. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	61
4.7.1 Hasil Uji t .....	61
4.7.2 Hasil Uji F .....	63
4.8. Temuan Hasil Penelitian .....	64
<b>BAB V   SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
5.1. Simpulan .....	67
5.2. Saran .....	68
DAFTAR REFERENSI .....	69
LAMPIRAN .....	72

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Data Penjualan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua Tahun 2019-2020 .....	5
<b>Tabel 3.1.</b> Pemilihan Sample Berdasarkan Kriteria .....	26
<b>Tabel 3.2.</b> Skor Jawaban Kuesioner .....	29
<b>Tabel 3.3.</b> Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel .....	31
<b>Tabel 4.1.</b> Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
<b>Tabel 4.2.</b> Responden Berdasarkan Usia .....	44
<b>Tabel 4.3.</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
<b>Tabel 4.4.</b> Responden Berdasarkan Penghasilan .....	45
<b>Tabel 4.5.</b> Uji Validitas Citra Merek .....	46
<b>Tabel 4.6.</b> Uji Reliabilitas Citra Merek .....	47
<b>Tabel 4.7.</b> Uji Validitas Harga .....	47
<b>Tabel 4.8.</b> Uji Reliabilitas Harga .....	48
<b>Tabel 4.9.</b> Uji Validitas Promosi .....	48
<b>Tabel 4.10.</b> Uji Reliabilitas Promosi .....	49
<b>Tabel 4.11.</b> Validitas Loyalitas Pelanggan .....	49
<b>Tabel 4.12.</b> Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan .....	50
<b>Tabel 4.13.</b> Uji Reliabilitas Instrumen .....	51
<b>Tabel 4.14.</b> Hasil Uji Normalitas .....	52
<b>Tabel 4.15.</b> Uji Multikolonieritas .....	53
<b>Tabel 4.16.</b> Uji Heteroskedastisitas .....	54
<b>Tabel 4.17.</b> Kriteria Interpretasi Skor Berdasarkan Interval .....	55
<b>Tabel 4.18.</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
<b>Tabel 4.19.</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	60
<b>Tabel 4.20.</b> Hasil Uji T .....	61

<b>Tabel 4.21.</b> Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Parsial .....	63
<b>Tabel 4.21.</b> Hasil Uji F .....	64

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Berfikir .....	22
<b>Gambar 4.1.</b> Logo Aqua .....	41
<b>Gambar 4.2.</b> Ukuran Produk Aqua .....	42
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek .....	55
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga .....	56
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Promosi .....	57
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Surat Permohonan Ijin Penelitian .....	70
<b>Lampiran 2.</b> Kuesioner Penelitian .....	71
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Data dan Tabulasi Responden Penelitian .....	77
<b>Lampiran 4.</b> SPSS Output .....	83
<b>Lampiran 5.</b> Daftar Riwayat Hidup .....	90