

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TUPPERWARE PADA IBU RUMAH  
TANGGA DI CIBINONG**

**SKRIPSI**

Oleh:

**AGNES KRISTINA LOMORIA TINAMBUNAN**

1731150048



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TUPPERWARE PADA IBU RUMAH  
TANGGA DI CIBINONG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen, Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.**

Oleh:

**AGNES KRISTINA LOMORIA TINAMBUNAN**

1731150048



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
JAKARTA**

**2021**



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agnes Kristina Lomoria Tinambunan  
NIM : 1731150048  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *TUPPERWARE* PADA IBU-IBU DI CIBINONG" adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi skripsi saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Jika terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka skripsi ini dianggap batal.

Jakarta, 05 Agustus 2021



Agnes Kristina L.T



**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI**

**“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN TUPPERWARE PADA IBU - IBU DI  
CIBINONG”**

Oleh :

Nama : Agnes Kristina Lomoria Tinambunan  
NIM : 1731150048  
Program Studi : Manajemen  
Peminatan : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam Sidang Skripsi guna mencapai gelar Sarjana Strata Satu/ pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 05 Agustus 2021

Menyetujui :

**Pembimbing I**

Sautman Sinaga SE., MM  
NIDN: 0014015801

**Pembimbing II**

Ramot P. Simanjuntak, SE., MM., Ak CA  
NIDN: 0315115401

**Ketua Program Studi Manajemen** **Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Jonny Siagian, SE., MMA  
NIDN: 0301086104



Juaniva Sidharta, SE., M.Si  
NIDN: 0326067006






**UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Pada Kamis, 05 Agustus 2021 telah diselenggarakan Sidang Skripsi untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama :

Nama : Agnes Kristina Lomoria Tinambunan  
NIM : 1731150048  
Program Studi: Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian Skripsi yang berjudul "PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TUPPERWARE PADA IBU-IBU DI CIBINONG" oleh tim penguji yang terdiri dari :

No.	Nama Penguji	Jabatan dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1.	Carolina F. Sembiring, SE., MM	Sebagai Ketua	
2.	Fenny B.N.L Tobing, SE., MMA	Sebagai Anggota	
3.	Sautman Sinaga SE., MM	Sebagai Anggota	

Jakarta, 05 Agustus 2021



## PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agnes Kristina Lomoria Tinambunan

NIM : 1731150048

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Judul : "PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TUPPERWARE PADA IBU-IBU DI CIBINONG"

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Skripsi tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Jakarta, 05 Agustus 2021



Agnes Kristina L. T

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, anugrah, dan karunia-Nya maka skripsi dengan judul “Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada ibu rumah tangga di Cibinong” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Penyelesaian proposal skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Juaniva Sidharta, SE., MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
2. Bapak Jonny Siagian, SE., MMA, selaku Ketua Program Studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Indonesia.
3. Bapak Sautman Sinaga SE., MM, selaku dosen pembimbing materi yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Ramot P. Simanjuntak, SE., MM., Ak CA, selaku dosen pembimbing teknis yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulisan skripsi penulis sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Wilson Rajagukguk M.Si., MA., Dr, selaku dosen pembimbing akademik yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing akademik perkuliahan.
6. Seluruh dosen yang telah mendidik dan memberikan berbagai ilmu dan

pengetahuan sebagai bekal penulis di masa yang akan datang.

7. Pimpinan PT Manunggal Raya Timur Perkasa yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data.
8. Rekan-rekan mahasiswa/i Program Sarjana Universitas Kristen Indonesia.
9. Kepada keluarga terkasih, Bapak Agus Tinambunan dan Ibu Kesi Karolla Sinurat selaku orangtua penulis, dan adik tercinta Amelia Tinambunan serta keluarga besar yang memberikan dukungan, doa serta dorongan semangat yang tiada hentinya.
10. Kepada teman-teman penulis yaitu Meilan, Inta, Juni, Friska, Yosep, Ajen, Benyamin, rekan OGH, Anggota HMJM, Anggota PALAMA FE - UKI. Terima kasih buat kebersamaan dari awal perkuliahan sampai akhir, semoga kita sukses selalu.
11. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan dan kemampuana penulis. Oleh karena itu, segala kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis. Sekiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 05 Agustus 2021



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
ABSTRACK .....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan .....	1
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	6
G. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
A. Citra Merek .....	9
B. Kualitas Produk .....	14
C. Loyalitas Pelanggan .....	22
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	29
E. Kerangka Pemikiran .....	30
F. Hipotesis .....	31

BAB III METODE PENELITIAN .....	32
A. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
C. Variabel Penelitian.....	33
D. Deskripsi Operasional Variabel Penelitian .....	35
E. Jenis Data, Sumber Data, dan Pengukuran Variabel .....	35
F. Populasi dan Sampel.....	38
G. Metode Pengumpulan Data.....	40
H. Teknik Pengolahan Data.....	42
I. Uji Instrumen Penelitian.....	44
J. Uji Asumsi Klasik.....	45
K. Uji Koefisiensi Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	48
L. Uji Hipotesis.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Karakteristik Responden.....	51
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	54
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	56
D. Rekapitulasi Data pada Kuesioner.....	60
E. Uji Asumsi Klasik.....	62
F. Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	68
G. Uji Hipotesis.....	69
BAB V PENUTUP.....	73
LAMPIRAN .....	77
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	113

## DAFTAR TABEL

TABEL I – 1 Top Brand Index Industri Plastik Peralatan Rumah Tangga Botol	
Minum/Tumbler .....	2
TABEL II – 2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	29
TABEL III – 3 Jadwal Penelitian .....	33
TABEL III - 4 Deskripsi Operasional Variabel Penelitian .....	35
TABEL III – 5 Skala <i>Likert</i> .....	38
TABEL IV – 6 Jenis Kelamin Responden .....	51
TABEL IV – 7 Usia Responden .....	52
TABEL IV – 8 Pendidikan Terakhir Responden .....	53
TABEL IV – 9 Pekerjaan Responde .....	54
TABEL IV – 10 Hasil Penyebaran Kuesioner .....	55
TABEL IV – 11 Frekuensi Membeli Tupperware Dalam 6 Bulan Terakhir .....	55
TABEL IV – 12 Hasil Uji Validitas Citra Merek .....	57
TABEL IV – 13 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	58
TABEL IV – 14 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen .....	59
TABEL IV – 15 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
TABEL IV – 16 Rekapitulasi Data Citra Merek .....	60
TABEL IV – 17 Rekapitulasi Data Kualitas Produk .....	61
TABEL IV – 18 Rekapitulasi Data Loyalitas Konsumen .....	62
TABEL IV – 19 Hasil Uji Linearitas .....	63
TABEL IV – 20 Hasil Uji Normalitas .....	64
TABEL IV – 21 Hasil Uji <i>Scatterplot</i> .....	65

TABEL IV – 22 Hasil Uji Glejser.....	66
TABEL IV – 23 Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
TABEL IV – 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	68
TABEL IV – 25 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji T).....	69
TABEL IV – 26 Hasil Uji Keterandalan Model (F) .....	71



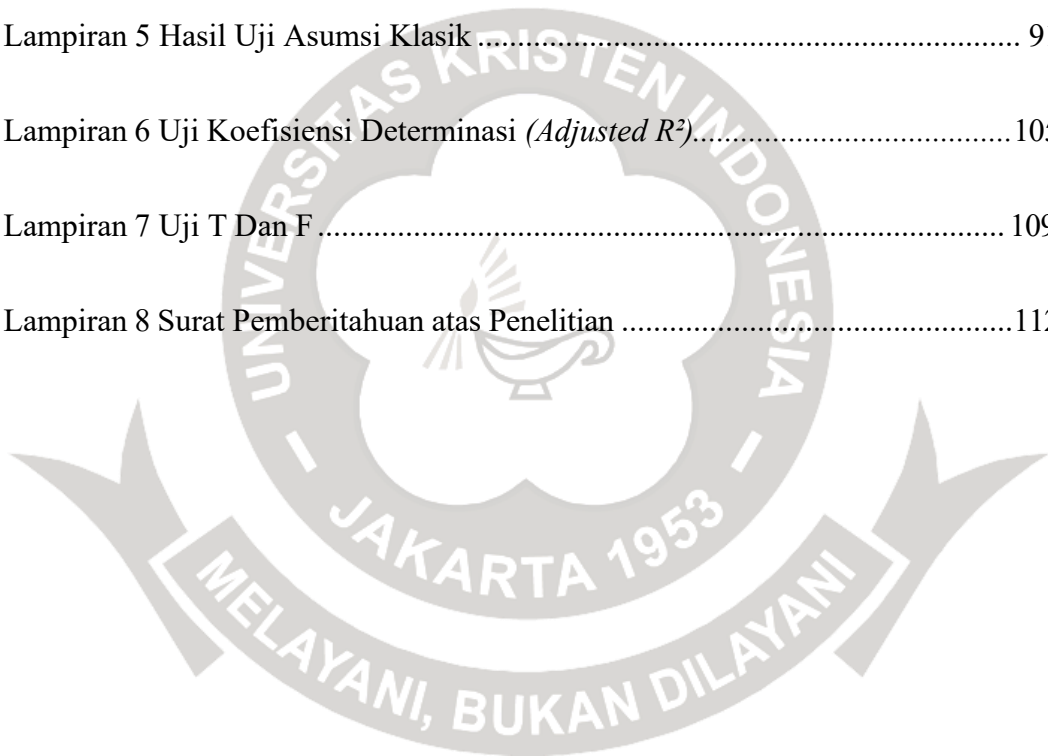
## DARTAR GAMBAR

GAMBAR II - 1 Kerangka Pemikiran .....	30
--	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sejarah Perusahaan.....	77
Lampiran 2 Lembar Kuesioner Penelitian.....	81
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	85
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas.....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran 6 Uji Koefisiensi Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ).....	105
Lampiran 7 Uji T Dan F.....	109
Lampiran 8 Surat Pemberitahuan atas Penelitian.....	112



## ABSTRAK

### **AGNES KRISTINA LOMORIA TINAMBUNAN, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tupperware pada Ibu Rumah Tangga di Cibinong.**

Loyalitas konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu, perusahaan distributor Tupperware harus dapat meningkatkan citra merek dan kualitas produk yang konsisten kepada konsumen agar produk tersebut dapat bersaing dengan produk sejenis.

Tujuan skripsi penelitian ini untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan melihat bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Untuk analisis yang dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 26.0 *for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ditolak yang berarti tidak ada pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,181 lebih besar 0,05 terdapat nilai  $t$  hitung sebesar  $1,348 < t$  tabel 1,984, hipotesis kedua diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t$  hitung  $4,747 > t$  tabel 1,984, dan nilai signifikansi untuk pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas konsumen sebesar  $\text{Sig. } 0,000 < 0,005$  dan hipotesis ketiga diterima yang berarti terdapat pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas konsumen sebesar nilai  $F$  hitung  $56,978 > F$  tabel 3,09.

**Kata Kunci:** Citra merek, Kualitas produk, Loyalitas Konsumen

## ABSTRACT

### **AGNES KRISTINA LOMORIA TINAMBUNAN, The Influence of Brand Image and Product Quality on Tupperware Customer Loyalty among Housewives in Cibinong.**

Consumer loyalty is the level of someone's feelings after comparing the perceived performance or results in accordance with their expectations. Therefore, Tupperware distributor companies must be able to improve their brand image and consistent product quality to consumers so that these products can compete with similar products.

The aim of this research thesis is to look at the factors that influence consumer loyalty and see how brand image and product quality influence consumer loyalty. The analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS 26.0 for Windows software.

The results of this research show that the first hypothesis is rejected, which means there is no influence of brand image on consumer loyalty, which is 0.181 greater than 0.05, there is a calculated t value of  $1.348 < t \text{ table } 1.984$ , the second hypothesis is accepted, which means there is an influence of product quality on consumer loyalty of 0.000. smaller than 0.05 and the calculated t value is  $4.747 > t \text{ table } 1.984$ , and the significance value for the simultaneous influence of brand image and product quality on consumer loyalty is  $\text{Sig. } 0.000 < 0.005$  and the third hypothesis is accepted, which means that there is a simultaneous influence of brand image and product quality on consumer loyalty with a calculated F value of 56.978  $> F \text{ table } 3.09$ .

**Keywords:** *Brand image, Product quality, Consumer loyalty*