

PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK YOGURT FRESHTIME

(Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang,
Bandung Barat, Jawa Barat)

Disusun Oleh:

Muhammad Verlyansyah

C1180200

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**PROGRAM STUDI S-1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada
Produk Yogurt Freshtime

(Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara
(KPSBU) Lembang, Bandung Barat, Jawa Barat)

Nama : Muhammad Verlyansyah

NRP : C1180200

Program Studi : S1 – Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Drs. Dadan Hamdani, M.M **Agrivinie Rainy Firohmatillah, S.E., M.Si**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S-1 Manajemen

Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Verlyansyah, lahir di Sumedang, pada tanggal 08 September 1998. Peneliti merupakan anak tunggal dari bapak Budi Rismanto dan ibunda Alm. Nenah. Bertempat tinggal di Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang. Jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan peneliti sebagai berikut:

1. SDN 2 Cikeruh tahun 2004 – 2010;
2. SMPN 1 Jatinangor tahun 2010 – 2013;
3. SMA 1 PGRI Jatinangor tahun 2013 – 2016.

Lebih lanjutnya, peneliti diterima sebagai mahasiswa program sarjana di Program Studi Manajemen dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran di Institut Manajemen Koperasi Indonesia yang pada tahun 2022 berganti nama menjadi Universitas Koperasi Indonesia. Selama mengikuti masa perkuliahan, peneliti aktif dalam berbagai kegiatan organisasi mahasiswa sebagai berikut:

1. Badan Eksekutif Mahasiswa
 - Staf Muda Departemen Sosial Masyarakat Badan Eksekutif Mahasiswa KM IKOPIN Kabinet Abhinaya Periode 2018 – 2019.
2. Daarul Ikhwan IKOPIN
 - Anggota Departemen Rumah Tangga Masjid Periode 2018 – 2019
 - Anggota Departemen Syiar Media dan Jaringan Periode 2019 – 2021.

ABSTRACT

MUHAMMAD VERLYANSYAH, 2023. *The Effect of Brand Equity on Customer Loyalty for Freshtime Yogurt Products a Case Study on Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, under the guidance of Dadan Hamdani and Agrivinie Rainy Firohmatillah.*

This research aims to determine the level of Freshtime's Brand Equity, the influence of each dimension of Brand Equity on Customer Loyalty both partially and simultaneously and the efforts that can be made to improve Freshtime's Brand Equity and Customer Loyalty.

The research method used is a quantitative method using a descriptive approach. The data obtained through interview, questionnaire, observation and literature review. The sample in this research amounted to 100 respondents who were selected by combining two techniques namely Accidental and Purposive Sampling. The analytical method used is Multiple Linear Regression Analysis using statistical tool SPSS version 26.

The result of this study shows that Freshtime's Brand Equity level falls into the high category. The data analysis results using Multiple Linear Regression test show that Brand Awareness has a significant partial effect on Customer Loyalty to Freshtime yogurt products with a coefficient of determination of 4.9%, Brand Association has a significant partial effect on Customer Loyalty to Freshtime yogurt products with a coefficient of determination of 5.2%, Perceived Quality has a significant partial effect on Customer Loyalty to Freshtime yogurt products with a coefficient of determination of 12.5%. Lastly, Brand Loyalty has a significant partial effect on Customer Loyalty to Freshtime yogurt products with a coefficient of determination of 62.5%. Meanwhile, Brand Equity also has a significant simultaneous effect on Customer Loyalty to Freshtime yogurt products with a coefficient determination of 62.2%.

Keywords: Brand Equity, Customer Loyalty, Freshtime

ABSTRAK

MUHAMMAD VERLYANSYAH, 2023. Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Yoghurt Freshtime. Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, di bawah bimbingan Dadan Hamdani dan Agrivinie Rainy Firohmatillah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *Brand Equity* yang dimiliki oleh Freshtime, pengaruh setiap dimensi *Brand Equity* terhadap loyalitas pelanggan secara parsial maupun simultan dan upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan *brand equity* dan loyalitas pelanggan Freshtime.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data penelitian ini diperoleh melalui wawancara, kuesioner, observasi dan studi pustaka. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggabungkan dua teknik yaitu *Accidental Sampling* dan *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan alat statistik SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *Brand Equity* Freshtime termasuk dalam kategori tinggi. Hasil analisis data menggunakan uji Regresi Linear Berganda menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Awareness* berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Pelanggan produk yoghurt Freshtime dengan nilai koefisien determinasi sebesar 4,9%, *Brand Association* berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Pelanggan produk yoghurt Freshtime dengan nilai koefisien determinasi sebesar 5,2%, *Perceived Quality* berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Pelanggan produk yoghurt Freshtime dengan nilai koefisien determinasi sebesar 12,5% dan *Brand Loyalty* berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Pelanggan produk yoghurt Freshtime dengan nilai koefisien determinasi sebesar 62,5%. Sedangkan secara simultan *Brand Equity* berpengaruh nyata terhadap Loyalitas Pelanggan produk yoghurt Freshtime dengan nilai koefisien determinasi sebesar 62,2%.

Kata Kunci: *Brand Equity, Loyalitas Pelanggan, Freshtime*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu wa ta'ala* atas rahmat dan karunia-Nya. Shalawat beserta salam kami curah limpahkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad *Shalallahu alaihi wassalam*, sehingga peneliti dapat menyelesaikan program pendidikan Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Koperasi Indonesia dengan menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Yogurt Freshtime**”.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan peneliti dan pembendaharaan ilmu pengetahuan peneliti. Dalam proses penulisan skripsi ini peneliti telah mendapatkan nasihat, dukungan, bimbingan dan sumbangan ilmu berharga dari berbagai pihak, sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Maka dari itu, dengan rendah hati, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih dan hormat kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Drs. Dadan Hamdani, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan dalam penulisan skripsi ini.
2. Yang terhormat, Ibu Agrivinie Rainy Firohmatillah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasihat dan dalam penulisan skripsi ini.

3. Yang terhormat, Bapak Drs. Deddy Supriyadi, M.Sc selaku Dosen Penguji koperasi yang telah memberikan arahan dan masukan bagi peneliti.
4. Yang terhormat, Bapak Mohammad Fahreza, S.E., M.B.A selaku Dosen Penguji konsentrasi yang telah memberikan arahan dan masukan bagi peneliti.
5. Yang terhormat, Bapak Prof. Dr. Ir. Agus Pakpahan, M.S selaku Rektor Universitas Koperasi Indonesia.
6. Yang terhormat, Bapak Dr. Heri Nugraha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Yang terhormat, Ibu Dr. Ami Purnamawati, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi S-1 Manajemen.
8. Seluruh Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
9. Seluruh staf dan karyawan Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan pelayanan selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Koperasi Indonesia.
10. Yang Terhormat, Kabag. Personalia dan Kelembagaan dan Kabag. Pengolahan Produk Akhir Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang yang telah meluangkan waktunya dan membantu peneliti memperoleh data untuk penelitian ini.

11. Kakek, nenek, orang tua dan paman tercinta peneliti yang senantiasa selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan agar peneliti dapat menyelesaikan studi dengan baik.
12. Alm. Ibunda yang selalu menjadi sumber motivasi peneliti agar dapat menyelesaikan studi dengan baik dan menjadi orang yang bermanfaat.
13. Desi Kurniasari, S.Ak, terima kasih banyak telah menjadi partner peneliti sampai hari ini. Selalu memberikan nasehat, dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.
14. Maulana Ependi, Nugy Nugraha P, Asep Saripudin dan Rifan Budiman yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
15. Teman-teman mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia; Manajemen E 2018 dan Manajemen Pemasaran.
16. Rekan-rekan pengurus BEM KM IKOPIN 2019 Kabinet Abhinaya, terima kasih telah menjadi wadah untuk mengembangkan minat dan bakat peneliti.
17. Rekan-rekan pengurus Syiar Media dan Jaringan Daarul Ikhwan Ikopin periode 2019 – 2020 dan periode 2020 – 2021, terima kasih telah menjadi wadah untuk mengembangkan minat dan bakat peneliti.
18. Kuroneko, terima kasih atas waktu, usaha dan bantuan baik moril maupun materil yang telah diberikan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan studi ini. Terima kasih telah menjadi partner diskusi yang baik.

19. Pohon, terima kasih telah senantiasa memberikan dukungan dan nasehat bagi peneliti agar peneliti dapat menyelesaikan studi.
20. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas bantuannya.
21. *Last but not least, I would like to express my heartfelt gratitude to myself for persevering until the end of this journey. I am truly grateful for the countless hours of hard work, the moments of self-doubt that were overcome and the personal growth that has been achieved. Today, I stand tall, proud and thankful for the person I have become through this remarkable journey.*

Akhirnya dengan penuh rasa syukur peneliti sampaikan ucapan terima kasih. Peneliti menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan sehingga peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi keempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai informasi dan bacaan yang dapat menunjang ilmu pengetahuan.

Sumedang, 28 Juni 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	15
1.3.1. Maksud Penelitian	15
1.3.2. Tujuan Penelitian	15
1.4. Kegunaan Penelitian	15
1.4.1. Aspek Teoritis	16
1.4.2. Aspek Praktis	16
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	17
2.1. Pendekatan Masalah	17
2.1.1. Pendekatan Perkoperasian.....	17
2.1.2. Pendekatan Pemasaran	32

2.1.3. Pendekatan Merek.....	33
2.1.4. Pendekatan <i>Brand Equity</i>	37
2.1.5. Pendekatan Indikator Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	43
2.1.6. Pendekatan Indikator Asosiasi Merek.....	46
2.1.7. Pendekatan Indikator Persepsi Kualitas	49
2.1.8. Pendekatan Indikator Loyalitas Merek	51
2.1.9. Pendekatan Loyalitas Pelanggan.....	54
2.1.10. Kerangka Berpikir.....	58
2.2. Metode Penelitian	60
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan	60
2.2.2. Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel).....	61
2.2.3. Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	64
2.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	67
2.2.5. Analisis Data	68
2.2.6. Tempat/Lokasi Penelitian.....	79
2.2.7. Jadwal Penelitian.....	79
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	80
3.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian.....	80
3.1.1. Sejarah KPSBU Lembang.....	80
3.1.2. Struktur Organisasi KPSBU.....	84
3.1.3. Keanggotaan KPSBU Lembang.....	90
3.1.4. Unit Pelayanan dan Usaha KPSBU Lembang	92
3.1.5. Keadaan Permodalan dan Keuangan KPSBU Lembang.....	96

3.2. Implementasi Jati Diri Koperasi	107
3.2.1. Implementasi Deskripsi Definisi Koperasi	107
3.2.2. Implementasi Deskripsi Prinsip-Prinsip Koperasi	108
3.2.3. Implementasi Deskripsi Nilai-Nilai Koperasi	110
3.3. Gambaran Umum Produk Yogurt Freshtime	110
3.3.1. Harga dan Varian Yogurt Freshtime	112
3.3.2. Bahan Baku Yogurt Freshtime	113
3.3.3. Informasi Nilai Gizi Yogurt Freshtime	114
3.3.4. Proses Pengolahan Yogurt Freshtime	115
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	118
4.1. Identitas Informan dan Responden	118
4.1.1. Identitas Informan	118
4.1.2. Identitas Responden	118
4.2. Analisis Deskriptif <i>Brand Equity</i> Yogurt Freshtime	121
4.2.1. Kesadaran Merek Yogurt Freshtime	122
4.2.2. Asosiasi Merek Yogurt Freshtime	125
4.2.3. Persepsi Kualitas Yogurt Freshtime	130
4.2.4. Loyalitas Merek Yogurt Freshtime	134
4.3. Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan Yogurt Freshtime	140
4.4. Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Yoghurt Freshtime	145
4.4.1. Uji Validitas	145
4.4.2. Uji Reliabilitas	149
4.4.3. Uji Asumsi Klasik	152

4.4.4. Uji Regresi Berganda	157
4.5. Upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh KPSBU Lembang dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan melalui <i>Brand Equity</i> Freshtime	168
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	172
5.1. Simpulan.....	172
5.2. Saran	173
DAFTAR PUSTAKA.....	175
LAMPIRAN.....	180

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Yogurt Freshtime (Studi Kasus Pada Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang, Bandung Barat, Jawa Barat)

Nama : Muhammad Verlyansyah

NRP : C1180200

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Drs. Dadan Hamdani, M.M

Agrivinie Rainy Firohmatillah, SE., M.Si

Dekan

Ketua Program

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Studi Sarjana Manajemen



Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si