

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
VARIAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN ICE CREAM WALL'S DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat
Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

Puji Indah Rohmatus Sholihah

NIM : 1122000127

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN
VARIAN PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN ICE CREAM WALL'S DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi Syarat

Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

Puji Indah Rohmatus Sholihah

NIM : 1122000127

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Puji Indah Rohmatus Sholihah

NBI : 1122000127


Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan *Ice Cream Wall's* di Kota Surabaya.

Surabaya, 04 Juli 2024

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP 20120870103

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I


Dra. Awin Mulyati, M.M.
NPP 20120920283

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 04 Juli 2024.

DEWAN PENGUJI

1. **Dra. Awin Mulvati, M.M.**
Ketua

()

2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Anggota 1

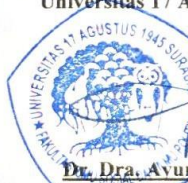

()

3. **Dra. Sri Andavani, M.M.**
Anggota 2

()

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Avun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Puji Indah Rohmatus Sholihah

NIM : 1122000127

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Wall's Di Kota Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadatnya. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi.

Surabaya, 5 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Puji Indah Rohmatus Sholihah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Puji Indah Rohmatu Sholihah
NBI : 1122000127
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

“Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Wall’s Di Kota Surabaya”

Dengan *Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 5 Juli 2024

Yang Menyatakan,

Puji Indah Ro



v

MOTTO

“Apa pun, besar atau kecil, bagaimanapun juga, kamu adalah kamu.” -

BTS : Heaven

“Jangan biarkan siapa pun memutuskan apa yang bahagia bagimu.

Kamu menentukan kebahagiaanmu sendiri." - Kim Seokjin (Jin)

“Bersyukurlah untuk hal kecil yang hadir di hidupmu”

ABSTRAK

Munculnya berbagai merek es krim yang baru secara terus menerus mendorong meningkatnya persaingan antar merek. Setiap perusahaan terus berupaya membangun citra atau *Image* yang baik pada mereknya serta meningkatkan kesadaran atau *Awareness* konsumen terhadap merek yang dimilikinya. Selain itu, perusahaan juga terus melakukan inovasi pada produknya untuk memenuhi keinginan pasar serta agar dapat bersaing dengan merek lainnya dan dapat membuat konsumen menjadi loyal pada merek tersebut. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan agar mereknya dapat menempati posisi pertama dalam persaingan pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Wall's. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan e-keusioner sebagai media mengumpulkan data primer. Responden yang dituju dalam penelitian ini adalah konsumen yang tinggal di Surabaya dan pernah melakukan pembelian serta mengkonsumsi Ice Cream Wall's lebih dari dua kali. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling jenis purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Namun, *Brand Awareness* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan Varian Produk tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Akan tetapi, secara bersama-sama *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Varian Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek (*Brand Image*), Kesadaran Merrk (*Brand Awareness*), Varian Produk, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The emergence of new ice cream brands continuously encourage increased competitiveness of the brand. Each company continues to build a good image or image on its brand and raise the consciousness or awareness of consumers to the brand it has. In addition, the company also continues to innovate to its products to meet the wishes of the market as well as in order to compete with other brands and can make consumers become loyal on the brand. This is done with the purpose of the brand to occupy the first position in market competition. The purpose of this study is to know the effect of brand image, brand awareness, and product variant to IKE Cream Wall's loyalty. The method used in this study is quantitative, with a questionnaire as a primary data collection. The surabaya stock exchange JSX said here on Monday that the surabaya stock exchange ended on Tuesday. Sample retrieval is conducted by a nonsampling method, a sampling of sorts. The results of this study suggest that the brand image did not significantly affect customer loyalty. However, the brand awareness has a significant psoperpetual influence on customer loyalty. Whereas the product variant has no significant positive effect on customer loyalty. Together, however, the brand image, the brand awareness, and the range of products have a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: *Brand Image, Brand Awareness, Variant Of The Product, Customer Loyalty.*

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya. Solawat serta salam senantiasa penulis haturkan pada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image, Brand Awareness, Dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream Wall’s Di Kota Surabaya*”** dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas 17 Agustus 1945.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya penulis banyak menemui kendala. Namun atas berkat dari Allah SWT serta bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, kendala-kendala tersebut dapat teratasi. Pada kesempatan yang sangat baik ini dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan syukur serta ungkapan terima kasih yang dalam dan tulus kepada :

1. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu untuk membimbing saya, memberikan kritik serta saran yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik serta dosen pembimbing kedua yang telah berkenan meluangkan waktu di sela kesibukan untuk memberikan bimbingan, kritik, saran, serta arahan yang sangat konstruktif dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus Surabaya, yang telah memberikan bekal ilmu serta motivasi untuk menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
5. Kedua orang tua saya, bapak serta ibu yang senantiasa melimpahkan kasih sayang serta doa yang tiada henti dan dukungan kepada saya. Yang selalu mendidik serta memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan studi hingga jenjang sarjana 1. Terimakasih atas kesabaran serta pengertian yang selalu diberikan dalam menghadapi sikap keras kepala saya. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada bapak dan ibu yang selalu mengusahakan dan menerima dengan lapang dada kekurangan yang saya miliki, serta selalu mengingatkan kepada saya untuk selalu beribadah dan mendekatkan diri kepada Tuhan YME. Bapak dan ibu adalah penguat saya,

semangat serta tujuan saya. Terima kasih telah menjadi rumah dan tempat pulang yang paling aman dan nyaman untuk saya.

6. Kedua adik saya, Dwi Wahyu Rika N. A dan Moch. Zacky Ar-Raif yang selalu menjadi motivasi untuk terus melangkah dan menyelesaikan apa yang saya jalani, serta membuat saya belajar tentang ego dan tanggung jawab. Terima kasih telah saling merangkul dan mendorong pada hal baik.
7. Adik sepupu saya, Adi Prayitno. Terima kasih sudah selalu bersedia dan berkenan membantu saya dalam berbagai kendala, dan menjadi tempat bercerita serta pendengar yang baik.
8. Teman serta keluarga bagi saya, Tutik Damayanti. Terimakasih telah membersamai saya dalam beberapa tahun hingga saat ini. Terimakasih atas segala bantuan serta motivasi yang telah diberikan. Terimakasih telah menjadi pendengar yang baik.
9. Keluarga besar saya seluruhnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah menjadi motivasi dan penyemangat untuk saya
10. Rekan, sahabat serta keluarga untuk saya, *Dila, Pia, Isda*. Terimakasih telah berteman dan berbagi banyak hal dengan saya, untuk segala hal baik yang kalian ciptakan dan bawa untuk saya. Terimakasih telah menerima kekurangan yang saya miliki, serta menjadi motivasi dan semangat untuk saya.
11. Untuk diri saya sendiri, Puji Indah Rohmatus Sholihah, terimakasih telah berjalan dan bertahan sejauh ini. Terimakasih sudah menjadi kuat untuk diri sendiri, sabar serta ikhlas dalam hal menerima yang baik dan buruk dari Tuhan, tidak menyerah dan mengeluh akan sesuatu yang tidak sesuai harapan. Terimakasih karena sangat percaya dan yakin akan kehendak Tuhan sehingga mampu menyelesaikan banyak hal, khususnya menyelesaikan skripsi ini.
12. Untuk teman-teman satu angkatan, teman satu kelas Administrasi Bisnis C, serta berbagai pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas motivasi, semangat, serta dukungan yang telah diberikan kepada saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, serta banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun untuk perbaikan dimasa mendatang. Akhir kata, penulis berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca serta dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Administrasi Bisnis.

Surabaya, 5 Juli 2024

Puji Indah Rohmatus Sholihah

DAFTAR ISI

	Halaman
(LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI)	Error! Bookmark not defined.
(TANDA PENGESAHAN SKRIPSI)	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO.....	VI
ABSTRAK	VII
Kata Pengantar.....	IX
DAFTAR ISI	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran	19
2.2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	22
2.2.3 Brand Image (Citra Merek)	25
2.2.4 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	29
2.2.5 Varian Produk.....	31
2.2.6 Perilaku Konsumen.....	33
2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	35
2. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	36

2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	37
2.4 Kerangka Dasar Pemikiran.....	39
2.5 Hipotesis.....	40
2.6 Pola Hubungan Antar Variabel	41
2.6.1 Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.6.2 Pengaruh Variabel <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan ...	41
2.6.3 Pengaruh Variabel Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	42
2.6.4 Pengaruh Variabel <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Rancangan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	47
3.3.1 Skala Pengukuran.....	47
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	48
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	50
3.4.1 Jenis Data	50
3.4.2 Sumber Data.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.2 Uji Regresi Linear Berganda	52
3.6.3 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISA, DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Penyajian Data	55
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	55
4.1.2 Karakteristik Responden	57
4.1.3 Uji Instrumen.....	60

4.1.4 Tabulasi Data.....	62
4.2 Analisis Data	83
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	83
4.2.2 Uji Regresi Linear Berganda	87
4.2.3 Uji Hipotesis	88
4.3 Pembahasan	91
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas	91
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
4.3.3 Pengaruh Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Awareness</i> , Dan Varian Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	93
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Rekomendasi	95
Daftar Pustaka	97
LAMPIRAN	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pecinta Es Krim Berdasarkan Usia	2
Gambar 1.2 Data Pecinta Es Krim Berdasarkan Gender.....	2
Gambar 1.3 <i>Top Brand</i>	4
Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	30
Gambar 2.2 Kerangka Dasar Pemikiran.....	40
Gambar 4.1 Logo Merek Wall's	55
Gambar 4.2 Varian Produk Wall's.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Ice Cream	3
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Table 2.2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	38
Tabel 3.1 Nilai skor	47
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Varian Rasa Ice Cream Wall's	56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	59
Tabel 4.5 Responden Menurut Pendidikan.....	59
Tabel 4.6 Frekuensi Pembelian Lebih Dari Dua Kali.....	60
Tabel 4.7 Uji Validitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.9 Tabulasi <i>Data Brand Image</i> (X1).....	62
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden <i>Brand Image</i>	66
Tabel 4.11 Tabulasi Brand Awareness (X2).....	67
Tabel 4.12 Deskripsi Jawaban Responden <i>Brand Awareness</i>	71
Tabel 4.13 Tabulasi Data Varian Produk (X3).....	73
Tabel 4.14 Deskripsi Responden Varian Produk.....	76
Tabel 4.15 Tabulasi Data Loyalitas Pelanggan (Y).....	78
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Loyalitas Pelanggan.....	81
Tabel 4.17 Uji Normalitas	83
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.20 Uji Linearitas <i>Brand Image</i> (X1).....	86
Tabel 4.21 Uji Linearitas <i>Brand Awareness</i> (X2)	86

Tabel 4.22 Uji Linearitas Varian Produk (X3).....	87
Tabel 4.23 Uji Statistik Regresi Linear Berganda.....	87
Tabel 4.24 Uji t	88
Tabel 4.25 Uji F	90
Tabel 4.26 Uji Koefisien Determinasi.....	91