



**PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK  
PRODUK JENANG MUBAROK DI KABUPATEN KUDUS**

Oleh :

SITI SHOLFIANA

NIM : 2013-11-059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**TAHUN 2017**



HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK  
PRODUK JENANG MUBAROK DI KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

SITI SHOLFIANA

NIM : 2013-11-059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2017**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

### PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN KESADARAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK JENANG MUBAROK DI KABUPATEN KUDUS

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2017

Mengetahui,

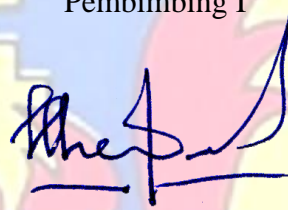
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I



**(Agung Subono, SE. MSi)**

NIDN.0520017602



**(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)**

NIDN. 0618066201

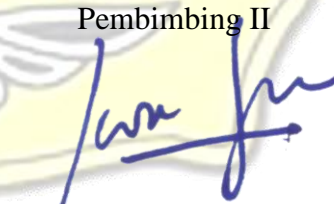
Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II



**(Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM)**

NIDN. 0618066201



**(Iwan Suroso, SE. MM)**

NIDN. 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto :**

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Rabb-mulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al-Insyirah:5)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”. (QS. Al-Baqarah:216)

“Barangsiapa bertakwa kepada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya. Dan memberi rezeki dari arah yang tiada disangka-sangka. Barangsiapa bertawakal pada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaknya)-Nya”. (QS. Ath-Thalaq: 2-3)

### **Kupersembahkan kepada :**

1. Ayah dan Ibu tercinta
2. Keluarga Tersayang
3. Sahabat-sahabatku
4. Almamaterku



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: Pengaruh Kemasan, Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Produk Jenang Mubarak Di Kabupaten Kudus. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah banyak memberikan doa, kasih sayang, semangat dan dukungan baik moril dan materi untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. H. Suparno, SH. MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
3. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan sekaligus dosen pembimbing I.
4. Agung Subono, SE. MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.
5. Iwan Suroso, SE. MM, selaku dosen pembimbing II.
6. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muria Kudus.

7. Rekan-rekan program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus seperjuangan yang telah mendukung, memotivasi dan terima kasih atas persahabatan yang telah kalian berikan selama ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih belum sempurna, masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi, baik dalam cara pengungkapan, penyajian, maupun penulisan kata yang dipergunakan, karena keterbatasan penulis. Oleh sebab itu penulis menerima segala saran dan masukan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak lain yang membutuhkan.

Kudus, 2017

Penulis,

(Siti Sholfiana)

NIM : 2013-11-059

PENGARUH KEMASAN, HARGA DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK PRODUK JENANG MUBAROK  
DI KABUPATEN KUDUS

SITI SHOLFIANA  
NIM : 2013-11-059

Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM  
2. Iwan Suroso, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

**ABSTRAK**

Loyalitas merek diciptakan sebagai indikator yang sangat penting dalam mengukur keberhasilan sebuah bisnis, hal itu dikarenakan semakin banyaknya pesaing yang muncul maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemasan, harga dan kesadaran merek terhadap loyalitas merek produk Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dengan wawancara dan kuesioner. Pengolahan data melalui editing, coding, scoring, tabulating dan olah data dengan program SPSS. Uji instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis data melalui analisis regresi, uji parsial (uji t), uji berganda (uji F) dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Berdasarkan hasil olah data dengan uji parsial maupun berganda dapat diambil kesimpulan bahwa kemasan, harga dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek produk jenang Mubarak di Kabupaten Kudus. Variabel yang paling dominan terhadap loyalitas merek adalah kesadaran merek sebesar 0,366 dan nilai adjusted R square sebesar 0,420.

Kata kunci : Kemasan, Harga, Kesadaran merek, Loyalitas merek.

EFFECT OF PACKAGING, PRICE AND BRAND AWARENESS ON BRAND  
LOYALTY JENANG MUBAROK PRODUCTS  
IN KUDUS REGENCY

SITI SHOLFIANA  
NIM : 2013-11-059

Advisor :1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM  
2. Iwan Suroso, SE. MM

UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMIC MANAGEMENT STUDY PROGRAM

ABSTRACT

Brand loyalty is created as a very important indicator in measuring the success of a business, it is because the more competitors that appear the more choices for consumers in choosing a product. This study aims to test influence of packaging, price and brand awareness on brand loyalty Jenang Mubarok product in Kudus Regency.

The sample in this study were 97 respondents with purposive sampling technique. Data processing by interview and questionnaire distribution. Data processing through editing, coding, scoring, tabulating and data processing with SPSS program. Instrument test using validity and reliability test, data analysis through regression analysis, partial test (uji t), multiple test (F test) and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) analysis.

Based on data processing with partial test and multiple test can be concluded that that the packaging, pricing and brand awareness have positive and significant influence to the brand loyalty Jenang Mubarok products in Kudus Regency. The most dominant variable against brand loyalty is brand awareness of 0,366 and adjusted R square value of 0,420.

Keywords: Packaging, Price, Brand awareness, Brand loyalty



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not</b>
PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Kemasan .....	11
2.1.3 Harga.....	14
2.1.4 Kesadaran Merek .....	17

	Halaman
2.1.5 Loyalitas Merek .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Pemikir.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	27
3.2.1 Variabel Penelitian.....	27
3.2.2 Definisi Operasional.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data .....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1 Populasi.....	32
3.4.2 Sampel .....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	33
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	35
3.7 Pengolahan Data.....	35
3.8 Analisis Data .....	37
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	37

	Halaman
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
3.8.3 Uji Ketepatan Model ( <i>Goodness Of Fit</i> ) .....	39
3.8.3.1 Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	39
3.8.3.2 Uji Statistik F (Uji Berganda).....	40
3.8.3.3 Koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	41
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	43
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	43
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.1.3 Tujuan Perusahaan.....	44
4.1.4 Produk yang Dihasilkan.....	44
4.2 Uji Instrumen.....	45
4.2.1 Uji Validitas.....	45
4.2.2 Uji Reliabiabilitas .....	46
4.3 Penyajian Data.....	46
4.3.1 Karakteristik Responden.....	46
4.4 Analisis Data .....	50
4.4.1 Analisis Deskriptif .....	50
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
4.4.3 Uji Ketepatan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	56
4.4.3.1 Uji Statistik t (Uji Parsial) .....	56
4.4.3.2 Uji Statistik F (Uji Berganda).....	58

	Halaman
4.4.3.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4.5 Pembahasan .....	60
4.5.1 Pengaruh Variabel Kemasan terhadap Loyalitas Merek	60
4.5.2 Pengaruh Variabel Harga terhadap Loyalitas Merek.....	61
4.5.3 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek .....	62
4.5.4 Pengaruh Variabel Kemasan, Harga dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek.....	63
4.5.5 Variabel yang Paling Berpengaruh dari Kemasan, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek	63
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN .....	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Peringkat Penjualan Merek Jenang di Pusat Oleh-Oleh Kudus .....	4
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas .....	45
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Data.....	46
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	49
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kemasan .....	51
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga.....	52
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Kesadaran Merek .....	53
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Loyalitas Merek.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.11 Hasil uji t (Pengujian Secara Parsial).....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji signifikansi simultan statistik F .....	59
Tabel 4.13 Ringkasan hasil uji $R^2$ ( <i>R Square</i> ).....	60

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek .....	17
Gambar 2.2 Piramida Loyalitas Merek .....	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	25

