



**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PENGETAHUAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* NOKIA  
DI *COUNTER* SALIM CELL KUDUS**

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

Diajukan oleh :

**SYAIFUL ANAS**  
**NIM. 2006.11.023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2012**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PENGETAHUAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* NOKIA  
DI *COUNTER* SALIM CELL KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim  
Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2012

**Mengetahui**

**Ketua ProgDi**

**Pembimbing I**

**DIAN WISMAR'EIN, SE, MM.**  
NIS. 0610701000001177

**Dr. Drs. JOKO UTOMO, MM.**  
NIS. 0610702010101028

**Mengetahui**

**D e k a n**

**Pembimbing II**

**DRS. M. MASRURI, MM.**  
NIS. 0610702010101002

**DIAN WISMAR'EIN, SE, MM.**  
NIS. 0610701000001177

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Rasulullah saw. bersabda, “Orang yang paling aku benci dan yang paling jauh majelisnya dari aku pada hari kiamat adalah orang yang banyak omong, yang membuat dan bicara seenaknya, serta yang menyombongkan diri (angkuh).”

(HR Ahmad, Ibnu Hibban, Abu Nuaim)



### **Kupersembahkan Kepada :**

Bapak dan Ibu tercinta  
Saudara-saudaraku tercinta  
Kekasihku tercinta  
Sahabat-sahabatku yang selalu membantuku  
Untuk Almamater U.M.K.

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah dan inayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penyusunan skripsi ini adalah merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir dan sekaligus persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Selama menyusun Skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dorongan serta bimbingan dari segala pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada.

1. Yang terhormat Bapak Drs. M. Masruri, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
2. Yang terhormat Ibu Dian Wismar'ain, SE, MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus dan Dosen Pembimbing II
3. Yang terhormat Bapak Dr. Drs. Joko Utomo, MM., selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini.
4. Yang terhormat Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.

5. Kedua orang tuaku, Bapak Sujono dan Ibu Noor Hidayah tercinta, terima kasih atas kasih sayangnya, do'a restunya, serta dorongan baik material maupun spiritual, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
6. Kekasihku Khofidhotur Rofiqoh (Ofid) tercinta yang selalu menemaniku.
7. Saudara-saudaraku yang telah memberikan dorongan, semangat dan batuan pada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman dan sahabatku yang tercinta yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih atas bantuannya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,

2012

Penulis

**(SYAIFUL ANAS)**



## ABSTRAKSI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
PROGRAM STRATA 1  
SKRIPSI 2012

- A. Nama : SYAIFUL ANAS  
B. Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* NOKIA DI *COUNTER* SALIM CELL KUDUS  
C. Jumlah Halaman : Permulaan xi, isi 70 halaman, gambar 1, tabel 13,  
D. Isi Ringkasan :

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apakah ada pengaruh antara *brand image* dan pengetahuan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara parsial dalam pembelian produk *handphone* Nokia E63 di *counter* Salim Cell Kudus ? dan (2) apakah ada pengaruh antara *brand image* dan pengetahuan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara berganda dalam pembelian produk *handphone* Nokia E63 di *counter* Salim Cell Kudus ?

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1) menguji pengaruh antara *brand image* dan pengetahuan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara parsial dalam pembelian produk *handphone* Nokia E63 di *counter* Salim Cell Kudus dan (2) menguji pengaruh antara *brand image* dan pengetahuan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara berganda dalam pembelian produk *handphone* Nokia E63 di *counter* Salim Cell Kudus.

Dalam penelitian ini jenis dan sumber datanya yaitu data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disediakan untuk diisi responden, dengan mengambil sampel sebanyak 60 responden. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif dan statistik.

Hasil penelitiannya yaitu sebagai berikut :

1. Secara parsial *brand image* ( $X_1$ ) dan pengetahuan konsumen ( $X_2$ ) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ) hal ini ditunjukkan dari hasil uji  $t$  yang ternyata nilai koefisien regresi masing – masing variabel 6.978 dan 7,328 lebih besar jika dibandingkan dengan nilai  $t$  tabel 2,000, maka  $t$  hitung terletak di tolak ( $H_0$ ), artinya hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_A$ ) diterima. Jadi seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini secara parsial terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen.

2. Secara berganda variabel *brand image* ( $X_1$ ) dan pengetahuan konsumen ( $X_2$ ) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen ( $Y$ ). Hal ini dibuktikan dari hasil perbandingan nilai dari  $F$  hitung = 233,280 lebih besar jika dibandingkan dengan  $F$  tabel = 3,19.

E. Daftar buku yang digunakan : 52 (tahun 2003 - 2011).



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	4
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	4
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1. Konsep <i>Brand Image</i> .....	6
2.2. Konsep Pengetahuan Konsumen.....	9
2.3. Konsep Loyalitas Konsumen.....	16
2.4. Penelitian Terdahulu.....	25
2.5. Kerangka Pikir.....	28



2.6. Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1. Rancangan Penelitian.....	30
3.2. Variabel Penelitian.....	31
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	34
3.5. Pengumpulan Data.....	34
3.6. Metode Pengolahan Data.....	35
3.7. Uji Instrumen.....	36
3.8. Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	44
4.2. Instrumen.....	49
4.3. Penyajian Data.....	51
4.4. Analisis Data.....	58
4.5. Pembahasan.....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran-saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. Nilai F hitung.....	41
4.1. Hasil Tryout Uji Validitas .....	49
4.2. Hasil Tryout Uji Reliabilitas.....	50
4.3. Umur Responden .....	52
4.4. Pekerjaan.....	53
4.5. Jenis Kelamin.....	53
4.6. Status Perkawinan .....	54
4.7. Pendidikan .....	55
4.8. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Brand image</i> .....	56
4.9. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan konsumen.....	57
4.10. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Loyalitas konsumen .....	57
4.11. Hasil Analisis Coefficients .....	59
4.12. Nilai <i>Adjusted R square</i> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Kerangka Pikir Teoritis .....	28

