



**PENGARUH ASOSIASI MERK DAN KESADARAN
MERK TERHADAP LOYALITAS MERK MELALUI
KEPERCAYAAN MERK PADA PENGGUNA
HP OPPO DI KABUPATEN PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh:

HILDA MUFADATUZZAHROH

2018-11-650

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH ASOSIASI MERK DAN KESADARAN MERK TERHADAP
LOYALITAS MERK MELALUI KEPERCAYAAN MERK PADA
PENGGUNA HP OPPO DI KABUPATEN PATI

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 13 Februari 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Mamik Indaryani, MS.

NIDN 0628045901

Dosen Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

NIDN 0022038001

Mengetahui

Ketua Progam Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., MM.

NIDN : 0628048702

**PENGARUH ASOSIASI MERK DAN KESADARAN MERK TERHADAP
LOYALITAS MERK MELALUI KEPERCAYAAN MERK PADA
PENGGUNA HP OPPO DI KABUPATEN PATI**

Nama :Hilda Mufaduzzahroh
NIM :201811650
Program Studi :Manajemen

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

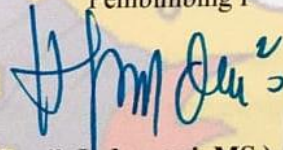
Kudus, 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., MM.)
NIDN 0628048702

Pembimbing I



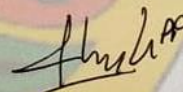
(Dr. Mamik Indaryani, MS.)
NIDN 0628045901

Mengetahui,
Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN 0616077304

Pembimbing II



(Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.)
NIDN 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah selesai dari suatu urusan, kerjakan dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap. “

(Q.S Al-Insyirah: 6-8)

“ Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka akan Allah mudahkan baginya jalan menuju surga .“

(HR. Muslim)

Persembahan :

Puji syukur Alhamdulillah dan Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini untuk :

- Bapak Sulikan dan Ibu Maslakah tersayang, yang telah senantiasa memberikan seluruh cinta, kasih dan sayang, serta do'a untuk mengiringi dan mendukung setiap langkahku.
- Saudara-saudara sepupuku yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
- Teman-teman baikku (temen rumah, kuliah, kos, organisasi MENWA) yang telah mewarnai hari-hariku selama berjuang menuntut ilmu.
- Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing dan berbagi ilmu dengan tulus.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH ASOSIASI MERK DAN KESADARAN MERK TERHADAP LOYALITAS MERK MELALUI KEPERCAYAAN MERK PADA PENGGUNA HP OPPO DI KABUPATEN PATI”**.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang Sarjana (S1) pada Progam Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran. Selama penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, bimbingan, arahan dan panduan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku ketua Progam Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dr. Mamik Indaryani, M.S., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbinga, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 5) Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan, arahan, maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah membimbing dan membagikan ilmunya dengan ikhlas selama.
- 7) Keluarga tercinta terimakasih sebesar-besarnya yang telah memberikan doa, dukungan, serta semangat yang tiada henti untuk menyelesaikan pendidikan ini.
- 8) Semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, 13 Februari 2023

Hilda Mufadatuazzahroh

2018-11-650

**PENGARUH ASOSIASI MERK DAN KESADARAN MERK TERHADAP
LOYALITAS MERK MELALUI KEPERCAYAAN MERK PADA PENGGUNA
HP OPPO DI KABUPATEN PATI**

Hilda Mufadatuazzahroh
2018-11-650

Pembimbing 1: Dr. Mamik Indaryani, M.S.
2: Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh asosiasi merk, kesadaran merk, terhadap loyalitas merk melalui kepercayaan merk pada pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. Penelitian dilakukan secara kuantitatif, data primer diperoleh dengan survei menggunakan kuesioner. Kriteria sampel 120 responden yang ditetapkan pada penelitian ini adalah pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati, yang berusia 17 – 45 Tahun, yang menggunakan HP OPPO kurang lebih 1 Tahun. Hasil Analisis dalam penelitian dengan metode Structural Equation Modeling (SEM) sebagai berikut : 1) Asosiasi Merk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepercayaan Merk pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. 2) Kesadaran Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Merk pada pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. 3) Asosiasi Merk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Merk pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. 4) Kesadaran Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merk pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. 5) Kepercayaan Merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merk pengguna HP OPPO di Kabupaten Pati. 6) Kepercayaan Merk mampu memediasi dari Assosiasi Merk terhadap Loyalitas Merk. 7) Kepercayaan Merk tidak mampu memediasi *Kesadaran Merk* terhadap Loyalitas Merk.

Kata Kunci : asosiasi merk, kesadaran merk, loyalitas merk, kepercayaan merk.

**THE INFLUENCE OF BRAND ASSOCIATION AND BRAND AWARENESS ON
BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST IN OPPO HP USERS IN PATI
DISTRICT**

Hilda Mufadatuazzahroh
2018-11-650

Advisor 1: Dr. Mamik Indaryani, M.S.
2: Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., M.M.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FAKULTY ECONOMIC AND BUSSINES STUDY PROGAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACATION

This study aims to analyze the effect of brand associations, brand awareness, on brand loyalty through brand trust in OPPO cellphone users in Pati Regency. The research was conducted quantitatively, the primary data was obtained by survey using a questionnaire. The sample criteria for the 120 respondents that were determined in this study were OPPO cellphone users in Pati Regency, aged 17-45 years, who had used OPPO cellphones for about 1 year. The results of the analysis in research using the Structural Equation Modeling (SEM) method are as follows : 1) Brand Association has a positive and insignificant effect on Brand Trust of OPPO HP users in Pati Regency. 2) Brand awareness has a positive and significant effect on Brand Trust in OPPO HP users in Pati Regency. 3) Brand Association has a positive and insignificant effect on Brand Loyalty of OPPO HP users in Pati Regency. 4) Brand awareness has a positive and significant effect on Brand Loyalty of OPPO HP users in Pati Regency. 5) Brand Trust has a positive and significant effect on Brand Loyalty of OPPO HP users in Pati Regency. 6) Brand Trust is able to mediate from Brand Association to Brand Loyalty. 7) Brand Trust is unable to mediate Brand Awareness to Brand Loyalty.

Keywords: brand association, brand awareness, brand loyalty, brand trust.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	8
1.3 Perumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Asosiasi Merk	12
2.1.1 Pengertian Asosiasi Merk	12
2.1.2 Indikator Asosiasi Merk	12
2.2 Kesadaran Merk	14
2.2.1 Pengertian Kesadaran Merk	14
2.2.2 Indikator Kesadaran Merk	14
2.3 Loyalitas Merk	15
2.3.1 Pengertian Loyalitas Merk	15
2.3.2 Indikator Loyalitas Merk	17
2.4 Kepercayaan Merk	18
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Merk	18
2.4.2 Indikator Kepercayaan Merk	18
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19

2.6 Pengaruh antar Variabel.....	25
2.6.1 Pengaruh Variabel Asosiasi Merek terhadap Kepercayaan Merk	25
2.6.2 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek terhadap Kepercayaan Merk	25
2.6.3 Pengaruh Variabel Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Merk	26
2.6.4 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merk	26
2.6.5 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merk	26
2.6.6 Pengaruh Variabel Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Merk melalui Kepercayaan Merek.....	26
2.6.7 Pengaruh Variabel Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merk melalui Kepercayaan Merek.....	26
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.8 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian.....	29
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	34
3.5 Pengumpulan Data.....	35
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	36
3.7 Pengolahan Data	38
3.8 Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
4.1.1 Sejarah Perusahaan OPPO	48
4.1.2 Counter Service Yang Melayani dan Menjual produk HP OPPO di Kabupaten Pati:	50
4.2 Penyajian Data.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	53
4.3 Analisis Data	56
4.3.1 Hasil Uji Instrumen Data	56

4.3.2 Hasil Uji Konfirmatory	61
4.3.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	67
4.3.4 Persamaan Regresi Penelitian	68
4.3.5 Hasil <i>Outlier</i>	68
4.3.6 Uji Normalitas	69
4.3.7 Uji Hipotesis.....	70
4.3.8 Analisis Pengaruh dan Uji Mediasi	72
4.3.9 Uji Mediasi.....	74
4.4 Pembahasan	75
4.4.1 Pengaruh Assosiasi Merk Terhadap Kepercayaan Merk	75
4.4.2 Pengaruh <i>Kesadaran Merk</i> Terhadap Kepercayaan Merk.....	75
4.4.3 Pengaruh Assosiasi Merk Terhadap Loyalitas Merk.....	75
4.4.4 Pengaruh <i>Kesadaran Merk</i> Terhadap Loyalitas Merk.....	76
4.4.5 Pengaruh Kepercayaan Merk Terhadap Loyalitas Merk	76
4.4.6 Pengaruh Assosiasi Merk Terhadap Loyalitas Merk Melalui Kepercayaan Merk.....	77
4.4.7 Pengaruh <i>Kesadaran Merk</i> Terhadap Loyalitas Merk Melalui Kepercayaan Merk.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Mobil Vendor Market Share Indonesia Februari 2021 - Februari 2022	2
Tabel 1.2 Top Smartphone Vendor Q3 2020.....	3
Tabel 1.3 Top Smartphone Vendor Q3 2021.....	4
Tabel 3.1 Tabel Scoring.....	39
Tabel 3.2 Tabel Indeks Goodness Of Fit.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Asosiasi Merk.....	54
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesadaran Merk.....	55
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merk.....	56
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merk.....	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dengan CFA.....	58
Tabel 4.8 Uji Validitas dengan Convergent Validity.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dengan Discriminant Validity.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Goodness Of Fit Variabel Eksogen.....	63
Tabel 4.12 Regression Weights Variabel Eksogen	63
Tabel 4.13 Standardized Regression Weights	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Goodness Of Fit Variabel Endoogen.....	65
Tabel 4.15 Regression Weights Variabel Endogen	66
Tabel 4.16 Standardized Regression Weights Variabel Endogen	67
Tabel 4.17 Goodness Of Fit dalam Analisi SEM.....	68
Tabel 4.18 Standardized Regression Weights.....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	70
Tabel 4.21 Direct Effect.....	72
Tabel 4.22 Indiiirect Effect.....	74
Tabel 4.23 Hasil Uji Mediasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Konfirmatory Variabel Eksogen.....	62
Gambar 4.2 Uji Konfirmatory Variabel Endogen.....	65
Gambar 4.3 Full SEM.....	68

