

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN MCDONALD'S BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

MUHAMMAD HUDA

NIM : 1710412310023



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RESTORAN MCDONALD'S BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Huda
NIM : 1710412310023
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji :

a. Pembimbing

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041001

: ()

b. Sekretaris

Dr. H. Hairudinor, S.Sos, M.Si
NIP. 197306161999031003

: (.....)

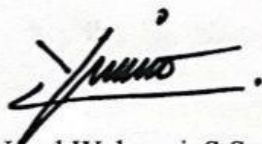
c. Anggota

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP. 19891207201712104001

: (.....)

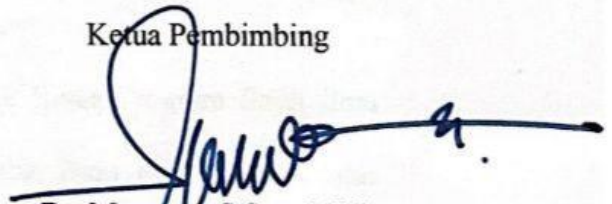
Banjarmasin, 26 Juni 2023

KPS Ilmu Administrasi Bisnis



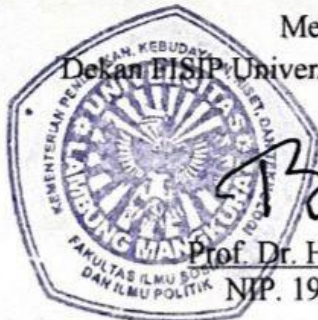
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing

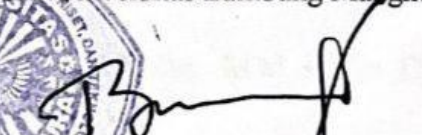


Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041001

Mengetahui



Dekan FISIP Universitas Lambung Mangkurat


Prof. Dr. H. Budi Suryaji, S.Sos
NIP. 197301221998021001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan Judul “Pengaruh *Citra Merek* dan *Lokasi* terhadap *Loyalitas Pelanggan* pada Restoran Mc Donald`s Banjarmasin, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, M.M selaku Dosen Penguji 1 dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB. MM selaku Dosen Penguji 2 dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis FISIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman penulis tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih telah banyak membantu dan memberikan semangat kepada penulis.

Semoga Allah SWT, memberikan imbalan atas amal dan bantuanya, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya

Banjarmasin, 26 Juni 2023



Muhammad Huda

LEMBAR PERSEMBAHAN

“ Bagaimanapun beratnya sebuah permulaan, jangan menyerah.

*Tumbuhkan rasa semangat juang, mental positif, serta
selalu berpikir optimis untuk hari esok yang lebih baik ”*

Ku persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang aku cintai :

Keluargaku, terutama kepada orang tuaku, yaitu Ibu dan Bapaku yang selalu memberikan semangat dan doanya disetiap saat kepadaku. Entah harus bagaimana lagi aku bisa mengembalikan semua yang telah kalian berikan, semoga disuatu saat nanti aku bisa membahagiakan kalian, karena kebahagiaan kalian adalah kebahagiaanku juga.

Kalian Istriku dan Anaku tercinta, Nur Elma Kamila, dan Siti Humaira Elhuda, serta teman-teman ku yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih sudah membantu aku dalam menyelesaikan skripsi ini, mau mendengarkan keluh kesah ku dalam mengerjakan skripsi ini, dan mau membantu aku disaat aku sedang kebingungan.

Dan untuk diriku sendiri, terimakasih kamu telah berjuang sekuat tenaga dan membuktikan bahwa kamu memang bisa.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 26 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan,



NIM : 1710412310023



Muhammad Huda, adalah nama penulis dalam skripsi ini. Lahir di Banjarmasin pada tanggal 28 Februari 1999. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak H. Suryadi (alm) dan HJ. Sumiati. Penulis telah menamatkan SD pada SD Negeri 1 Sungkai, dan menamatkan sekolah menengah pertama pada SMP Negeri 2 Simpang Empat, dan menamatkan sekolah lanjutan pada SMA Negeri 1 Mataraman. Pada tahun 2017 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Universitas Lambung Mangkurat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis dan menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada tahun 2021.

ABSTRAK

Muhammad Huda, 1710412310023, Pengaruh Citra Merek dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada restoran McDonald`s Banjarmasin. Dibawah bimbingan Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji Pengaruh Citra Merek dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada restoran McDonald`s Banjarmasin secara parsial maupun simultan.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan restoran McDonal`s Banjarmasin. Dengan jumlah sample 100 responden. Pengumpulan data menggunakan koesioner dengan teknik pengambilan sampel Purposive sampling. Serta analisis data mennggunakan regresi linier berganda.

Hasil Penelitian membuktikan Citra Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan, selanjutnya Lokasi juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian Citra Merek dan Lokasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kata Kunci : Citra Merek, Lokasi, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Huda, 1710412310023, The Effect of Brand Image and Location on Customer Loyalty at McDonald's Banjarmasin restaurants. Under the guidance of Maryono.

This study aims to determine and test the effect of brand image and location on customer loyalty at McDonald's Banjarmasin restaurants partially or simultaneously.

The research approach used in this study is a quantitative approach. The population in this study were customers at McDonal's Banjarmasin restaurant. With a sample of 100 respondents. Collecting data using a questionnaire with purposive sampling technique. As well as data analysis using multiple linear regression.

The research results prove that brand image has a partially significant effect on customer loyalty, then location also has a partially significant effect on customer loyalty. Then Brand Image and Location have a significant effect simultaneously on Customer Loyalty

Keywords: Brand Image, Location, and Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	13
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	15
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.2.1 Pengetian Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.2.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.3 Citra Merek.	21
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek.....	21
2.1.3.2 Manfaat Citra Merek	22
2.1.3.3 Indikator Citra Merek	22
2.1.4 Lokasi	23
2.1.4.1 Pengetian Lokasi	23
2.1.4.2 Tujuan dan Alasan Pemilihan Lokasi.....	24
2.1.4.3 Indikator Lokasi	25
2.1.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.1.6 Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.1.7 Pengaruh Citra Merek dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26

2.3	Penelitian Terdahulu	27
2.4	Model Penelitian	32
2.5	Hipotesis Penelitian	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendekatan Penelitian	34
3.2	Tipe Penelitian	34
3.3	Lokasi Penelitian	34
3.4	Populasi dan Sampel	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel	35
3.5	Definisi Operasional Variabel	36
3.5.1	Variabel Independen	36
3.5.2	Variabel Dependen	37
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.1	Data Primer	40
3.6.2	Data Sekunder	40
3.7	Teknik Penentuan Skor	40
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.8.1	Uji Validitas	41
3.8.2	Uji Reliabilitas	42
3.9	Teknik Analisa Data	43
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif	43
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	43
3.9.2.1	Uji Normalitas	43
3.9.2.2	Uji Heteroskedastisitas	44
3.9.2.3	Uji Multikolinieritas	44
3.9.2.4	Uji Autokorelasi	45
3.9.3	Analisis Regresi Berganda	45
3.9.4	Pengujian Hipotesis	46
3.9.4.1	Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	46
3.9.4.2	Uji Signifikan Simultan (Uji-F)	46
3.9.4.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.9.4.4	Uji Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR)	48

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

	DAFTAR ISI	
4.1	Karakteristik Responden.....	49
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	51
4.2.1	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	52
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Lokasi (X2).....	59
4.2.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
4.3.1	Uji Validitas.....	69
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	72
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas.....	75
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.4.4	Hasil Uji Autokorelasi.....	76
4.5	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
4.6.1	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	79
4.6.2	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	80
4.6.3	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.6.4	Hasil Uji Sumbangan Efektif (SE) dan Sumbangan Relatif (SR).....	82
BAB V	PEMBAHASAN	
5.1	Pembahasan.....	85
5.1.1	Pengaruh <i>Citra Merek</i> terhadap <i>Loyalitas Pelangan</i>	85
5.1.2	Pengaruh <i>Lokasi</i> terhadap <i>Loyalitas Pelangan</i>	85
5.2	Implikasi Penelitian.....	86
5.10	Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	88
6.2	Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA	DAFTAR ISI.....	xii
LAMPIRAN 1.....		xv
LAMPIRAN 2.....		xx

DAFTAR TABEL

No.	Judul	.Hal
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Variabel	38
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden	40
Tabel 3.4	Interprestasi Nilai r.....	44
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 5.4	Interprestasi Variabel Penelitian.....	55
Tabel 5.5	Nama restoran Mc Donald`s mudah diingat.....	55
Tabel 5.6	Akses Pembelian Melalui Media Internet atau Online telag tersedia.....	56
Tabel 5.7	Keluhan dan Saran Ditanggapi cepat oleh Karyawan	56
Tabel 5.8	Karyawan Memberikan Komunikasi yang Baik kepada konsumen	57
Tabel 5.9	Makan di restoran McDonald`s meningkatkan kepercayaan diri didepan umum	58
Tabel 5.10	Makan di restoran McDonald`s memberikan kesan mewah terhadap konsumen.....	58
Tabel 5.11	Makan di restoran McDonald`s akan merasa dihargai oleh orang lain	59
Tabel 5.12	Makan di restoran McDonald`s memberikan kepuasan terhadap konsumen	60
Tabel 5.13	Kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan makan di restoran McDonald`s.....	60
Tabel 5.14	Desain kemasan McDonald`s sangat menarik.....	61
Tabel 5.15	Harga yang tertera di menu McDonald`s sesuai dengan kualitas	61
Tabel 5.16	Lokasi restoran McDonald`s mudah dijangkau.....	62
Tabel 5.17	Akses menuju restoran McDonald`s mudah dijangkau... ..	62
Tabel 5.18	Area Parkir tidak terlalu jauh dari restoran McDonald`s.....	63

Tabel 5.19	Kelancaran akses menuju restoran McDonald`s mudah.....	64
Tabel 5.20	Jalan menuju restoran McDonald`s tidak macet/padat	64
Tabel 5.21	Jalan menuju restoran McDonald`s tidak mengganggu arus lalu lintas	65
Tabel 5.22	Lokasi restoran McDonald`s dekat dengan pemukiman.....	65
Tabel 5.23	Lokasi restoran McDonald`s dekat dengan pusat kota/alun-alun.....	66
Tabel 5.24	Lokasi restoran McDonald`s dekat dengan transportasi umum.....	66
Tabel 5.25	Saya akan melakukan pembelian ulang di restoran McDonald`s.....	67
Tabel 5.26	Harga yang terjangkau membuat saya ingin membeli lagi produk yang saya inginkan.....	68
Tabel 5.27	Saya akan membeli ulang produk yang sama dari menu McDonald`s.....	68
Tabel 5.28	Saya akan membeli semua produk McDonald`s	69
Tabel 5.29	Menyarankan atau merekomendasikan produk/ menu McDonald`s kepada orang lain	69
Tabel 5.30	Menu terbaik harus direkomendasikan kepada orang lain.....	70
Tabel 5.31	Saya tidak akan berpindah pada produk lain	70
Tabel 5.32	Saya akan menganggarkan biaya setiap bulan untuk makan di restoran McDonald`s	71
Tabel 5.33	Enggan untuk makan produk yang sama dari restoran lain.....	72
Tabel 5.34	Hasil Uji Validitas	73
Tabel 5.35	Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 5.36	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	77
Tabel 5.37	Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 5.38	Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 5.39	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
Tabel 5.40	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji t)	82
Tabel 5.41	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	83
Tabel 5.42	Tabel Koefisien Determinasi R ²	85

Tabel 5.43	Hasil perhitungan Sumbangan Efektif (SE)	86
Tabel 5.44	Hasil perhitungan Sumbangan Relatif (SR)	87

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Presentase Kunjungan Masyarakat Ke Restoran	2
Gambar 1.2	Skor Indeks Makanan Cepat Saji Indonesia	3
Gambar 1.3	Prasurvey Alasan melakukan pembelian ulang di McDonald`s.....	6
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	29
Gambar 5.1	Histogram Uji Normalitas.....	76
Gambar 5.2	P-P Plot Hasil Uji Normalitas	76
Gambar 5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	79
Gambar 5.4	Model Akhir Penelitian.....	88

