

TESIS

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK**

(Studi Konsumen SHARP Banjarmasin)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister (S2)

OLEH:

ELMA TERIANA PUTRI

NIM. 2420420320008



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
BANJARMASIN**

2026

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

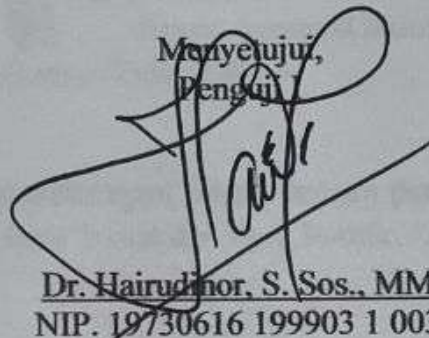
PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI PEMASARAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (STUDI KONSUMEN SHARP BANJARMASIN)

Oleh:

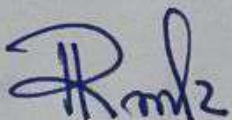
ELMA TERIANA PUTRI
NIM. 2420420320008

Telah disetujui, diuji dan disahkan, di Banjarmasin sebagai Tesis
Pada Tanggal 20 Juli 2026

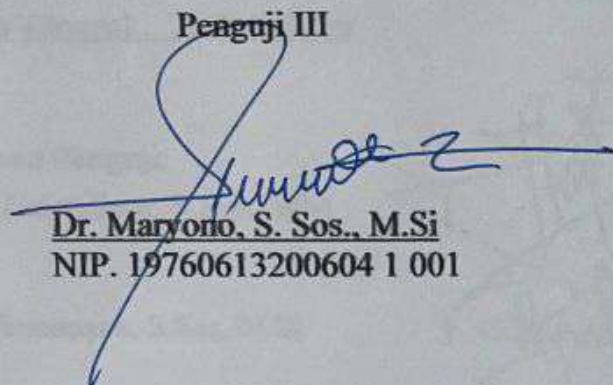
Menyetujui,
Penguji I


Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Penguji II

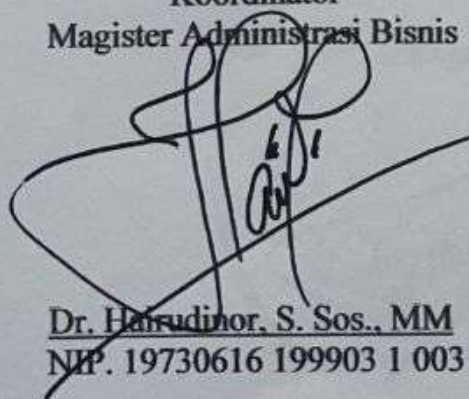

Dr. Irwansyah., S.Sos, M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001

Penguji III


Dr. Maryono, S. Sos., M.Si
NIP. 19760613200604 1 001

Diketahui,

Koordinator
Magister Administrasi Bisnis


Dr. Hairudinor, S. Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


Dr. Irwansyah., S.Sos, M.Si
NIP. 19710420 199903 1 001





**BERITA ACARA
PELAKSANAAN
UJIAN TESIS**

Hari ini, Kamis, Tanggal: Dua Puluh Lima, Bulan: Juni, Tahun: Dua Ribu Dua Puluh Enam, Semester Genap tahun 2025/2026, bahwa:

a. Dewan Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, dengan Surat Tugas Nomor: 2100/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 22 Juni 2026.

b. Telah melakukan pengujian tesis atas:

Nama Mahasiswa : Elma Teriana Putri
NIM : 2420420320008
Waktu Ujian : Mulai, Jam: 10.05 dan Selesai Jam: 11.30 WITA
Tempat : Gedung Pascasarjana ULM Lantai 3 Ruang 305
Nilai : 83, dengan konversi huruf: (A)
Dinyaiakan : (Lulus / Tidak Lulus)

Berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : Banjarmasin

Pada Tanggal : 25 Juni 2026

Mahasiswa yang diuji,

(Elma Teriana Putri)

Dewan Penguji:

1. Penguji I : Dr. Hairudinor, S.Sos, MM

2. Penguji II : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

3. Penguji III : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

Mengetahui & Mengetes:

Koordinator

Dr. Hairudinor, S.Sos., MM
NIP. 19730616 199903 1 003

KATA PENGANTAR

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang Strata 2 (S2) pada Program Studi Magister Administrasi Bisnis, Program Pascasarjana Universitas Lambung Mangkurat. Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, masukan yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan pembelajaran untuk pengembangan diri penulis di masa depan. Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak, baik dari lingkungan akademis maupun praktisi di lapangan, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.S.i., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus Dosen Penguji I yang membantu mengkoreksi penelitian ini sehingga menjadikan penelitian ini semakin baik.
3. Bapak Dr. Hairudinor, S.Sos., M.M. sebagai Koordinator Program Studi Magister Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, sekaligus Dosen Pembimbing yang mendampingi penulis dari awal penyusunan penelitian ini hingga akhir penelitian. Tidak mungkin penelitian ini selesai tanpa bimbingan beliau.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si sebagai Penguji II, terima kasih atas segala masukan dan sarannya sehingga penelitian ini semakin baik.

5. Bapak Fathurrahman, S.A.B., M.A.B. sebagai staf Prodi Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, yang selalu membantu dan menjawab pertanyaan penulis dengan sabar. Mulai dari saat pendaftaran masuk ke Prodi Magister Administrasi Bisnis, sampai di momen semester akhir seperti ini. Beliau juga selalu membantu kami mahasiswa dengan dosen pengajar. Terima kasih.
6. Seluruh dosen pengajar di Prodi Administrasi Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Karya tulis ini semakin berisi karena materi yang dipaparkan para dosen dan juga "umpan" pemikiran yang dilemparkan pada kami saat diskusi.
7. Seluruh responden yang telah mendukung dalam perampungan penelitian.
8. Keluarga besar penulis, Bapak Ruby, Mama Mila dan adik saya Rafael yang selalu mendukung pilihan hidup penulis termasuk saat ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang S2.

Banjarmasin, 16 Juli 2026



Penulis

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas rahmat dan anugrahnya sehingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena hanya atas izin dan karuniaNya maka Tesis ini bias di selesaikan
2. Orang tua tersayang Bapak Ruby Arius dan Mama Rusmilawati yang selalu mensupport apapun yang di cita-citakan peneliti.
3. Adik kandung saya Rafael Glen Aiwaikhe yang selalu mendoakan peneliti.
4. Juan Adi selaku kekasih peneliti yang selalu membantu dan mau di repotkan dalam hal apapun
5. Teman-teman peneliti yang selalu mensupport peneliti

LEMBAR KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elma Teriana Putri

NIM : 2420420320008

Program Studi : Magister Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat

Judul Tesis : "Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Konsumen SHARP Banjarmasin)"

Menyatakan bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, plagiat maupun manipulasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut. Demikian pernyataan ini saya buat tanpa paksaan.

Banjarmasin, 16 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Elma Teriana Putri

2420420320008

ABSTRAK

Elma Teriana Putri, 2420420320008, 2026. Pengaruh Kualitas Produk , Strategi Pemasaran, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek. (Studi Konsumen SHARP Banjarmasin). Dibimbing oleh Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (Studi Konsumen SHARP Banjarmasin). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden yang mempunyai minimal 2 produk SHARP dan berusia minimal 17 tahun. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling*.

Hasil menunjukkan adanya pengaruh signifikan Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Merek, ada pengaruh signifikan Strategi Pemasaran secara parsial terhadap Loyalitas Merek, ada pengaruh signifikan Kepercayaan Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek dan ada pengaruh signifikan Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Merek secara simultan terhadap Loyalitas Merek.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Merek

ABSTRACT

Elma Teriana Putri, 2420420320008, 2026. The Influence of Product Quality, Marketing Strategy, and Brand Trust on Brand Loyalty. (SHARP Banjarmasin Consumer Study). Supervised by Hairudinor.

This study aims to examine the influence of product quality, marketing strategy, and brand trust on brand loyalty (SHARP Banjarmasin Consumer Study). This study used a quantitative approach, with a sample of 100 respondents who owned at least two SHARP products. The sampling technique used purposive sampling.

The results show that there is a significant partial influence of Product Quality on Brand Loyalty, there is a significant partial influence of Marketing Strategy on Brand Loyalty, there is a significant partial influence of Brand Trust on Brand Loyalty and there is a significant influence of Product Quality, Marketing Strategy and Brand Trust simultaneously on Brand Loyalty.

Keywords: Product Quality, Marketing Strategy, Brand Trust, and Brand Loyalty

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	11
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4 Teori Loyalitas	15
2.1.5 Kualitas Produk	16
2.1.6 Strategi Pemasaran	20
2.1.7 Kepercayaan Merek.....	22
2.1.8 Loyalitas Merek.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Model Penelitian.....	38
2.4 Hipotesis	38
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Pendekatan Penelitian.....	41
3.2 Desain Penelitian	41
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	42
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	42
3.4.1 Populasi	42
3.4.2 Sampel	43
3.5 Definisi Operasional Variabel	44

3.6 Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1 Data Primer.....	49
3.6.2 Data Sekunder	50
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.7.1 Uji Instrumen.....	51
3.7.2 Asumsi Klasik	53
3.7.3 Analisis Regresi Linier	55
3.7.4 Uji Hipotesis.....	56
3.7.5 Uji Koefisien Determinasi	57
BAB IV	59
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian.....	59
4.1.1 Karakteristik Responden	59
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	62
4.3 Uji Instrumen	85
4.3.1 Uji Validitas	85
4.3.2 Uji Reliabilitas	88
4.4 Asumsi Klasik.....	89
4.4.1 Uji Normalitas	89
4.4.2 Uji Multikolonieritas	92
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	93
4.5 Analisis Regresi Linear.....	94
4.6 Uji Hipotesis	97
4.6.1 Uji Parsial (Uji T).....	97
4.6.2 Uji F (Simultan).....	99
4.7 Koefisien Determinasi (R^2).....	100
BAB V	101
PEMBAHASAN HASIL	101
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	101
5.1.1 Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Merek.....	101
5.1.2 Pengaruh Strategi Pemasaran secara parsial terhadap Loyalitas Merek.....	103
5.1.3 Pengaruh Kepercayaan Merek secara parsial terhadap Loyalitas Merek ...	104
5.1.3 Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Pemasaran dan Kepercayaan Merek secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Merek.....	105
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	106

5.3 Keterbatasan Penelitian	110
BAB VI.....	111
PENUTUP	111
6.1 KESIMPULAN.....	111
6.2 Saran	111
6.2.1 Saran Akademis	111
6.2.2 Saran Praktis	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Dealer Elektronik di Banjarmasin.....	1
Tabel 1. 2 Penjualan Berdasarkan Merek	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Oprasional Variabel	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Status	61
Tabel 4. 4 Tanggapan terhadap Variabel Kualitas Produk (X_1).....	62
Tabel 4. 5 Tanggapan Terhadap Variabel Strategi Pemasaran (X_2)	72
Tabel 4. 6 Tanggapan Terhadap Variabel Kepercayaan Merek (X_3).....	77
Tabel 4. 7 Tanggapan Terhadap Variabel Loyalitas Merek (Y)	80
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	88
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4. 11 Uji Multikolonieritas.....	92
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedasitas	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	99
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Plot	90
Gambar 4. 2 Histogram.....	91
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	93