

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN LE MINERALE DI BANJARMASIN**

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

Oleh :

**MUHAMMAD RIFSAN JANI**  
**2110412210011**



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

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN

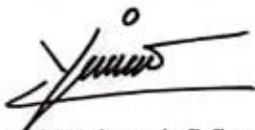
PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN LE MINERALE DI  
BANJARMASIN


- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Rifsan Jani  
NIM : 2110412210011
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing  
Novia Nour Halisa S.Si, M.Si (.....)  
NIP. 199211262019032026
  - b. Penguji I  
Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA (.....)  
NIP. 195608081984031002
  - c. Penguji II  
Humaidi, S.AB, M.AB (.....)  
NIP. 199304212020121013

Banjarmasin, 06 November 2025

Ketua Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

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

  
Novia Nour Halisa S.Si, M.Si  
NIP. 199211262019032026

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM  
  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021002



## SURAT TUGAS

Nomor : 5604/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
2. Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA
3. Humaidi, S.AB, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Rifsan Jani  
NIM : 2110412210011  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Le Minerale Di Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 09 Oktober 2025  
J a m : 14.00 wita s/d selesai  
T e m p a t : Lab. Bisnis

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 1 Oktober 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,  
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Kamis tanggal 9 bulan Oktober tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 5604/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 1 Oktober 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Rifsan Jani  
NIM : 2110412210011  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Le Minerale Di Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : 80 (A)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 9 Oktober 2025

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Rifsan Jani

1. Ketua : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

( )

2. Sekretaris : Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA

( )

3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB

( )

Mengetahui/membenarkan :

an Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



S.Sos, M.AB  
NIP.19751105 200112 2 001

## **KATA PENGATAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan skripsi ini. Skripsi ditulis dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Konsumen Le Minerale Di Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis.

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

1. Bapak Prof Dr. Ahmad, S. E., M. Si. Selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak 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 Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingannya selama pembuatan sampai kepada terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
6. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen, Staff Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang ikut serta dalam pembuatan skripsi saya ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 6 November 2025



Muhammad Rifsan Jani

## **PERSEMBAHAN**

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup di dunia dan akhirat. Atas segala nikmat, kemudahan, dan kekuatan yang Allah berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya meyakini bahwa benar firman Allah dalam QS. Al-Insyirah ayat 5-6: "Karena sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan." Ayat ini menjadi penguat hati dalam setiap proses yang saya lalui.

Dengan bangga skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua saya, ibu saya tercinta Serlita Sari Fitri yang menjadi motivasi utama saya dalam menyelesaikan skripsi ini, beliau berjuang sendirian untuk membesarkan ketiga anaknya dan telah melalui banyak tantangan dan pengorbanan. terima atas cinta, doa, dukungan, dan segala pengorbanan yang tak ternilai. Yang menjadi sumber semangat dan kekuatan terbesar dalam hidup saya. Terima kasih telah mengajarkan peneliti tentang ketekunan dan arti dari mengikhlaskan. Untuk almarhum Ayah tercinta, meskipun raga tak lagi bersama, kasih dan doa Ayah selalu hidup di setiap langkahku. Terima kasih atas cinta, doa, dan didikan yang menjadi kekuatan terbesar dalam perjalanan ini. Penulis berharap Ayah tenang dan bahagia di surga, serta ikut tersenyum melihat pencapaian anakmu dari kejauhan. Untuk kedua saudara saya, Rafif dan Reysa. Terima kasih atas doa dan semangatnya sehingga peneliti termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa

adanya dukungan dari mereka peneliti mungkin tidak bisa berada pada titik ini sekarang.

Untuk Hanida Ulfah seorang perempuan yang kuat dan baik hati. Terima kasih karena telah menemani penulis semenjak semester awal perkuliahan sampai sekarang dan menjadi bagian penting di dalam hidup penulis. Terima kasih atas kebaikan, kesabaran, dan semua dukungan yang kau berikan ketika penulis lelah, ragu, atau hampir menyerah. Kehadiranmu adalah penghibur di saat penulis tidak bersemangat, memberikan motivasi di kala penulis malas, dan menjadi cahaya yang menerangi jalan penulis.

Terima kasih kepada HIMABI yang telah menjadi saksi atas perjalanan perkuliahan penulis. Meski penuh dengan suka dan duka, namun penulis tetap bersyukur karena bisa menjadi bagian dari organisasi ini yang telah memberi banyak pengalaman dan pengetahuan tentang kehidupan dan keorganisasian. Dan kepada seluruh teman teman penulis yang telah memberikan semangat dan doa untuk penulis.

Terakhir, terima kasih kepada diri saya, Rifsan. Yang telah berjuang sampai titik ini walaupun banyak rintangan dan tantangan yang dihadapi terima kasih karena tetap bertahan dengan segala masalah yang terus berdatangan, tekanan yang terus melawan, dan semangat yang hampir hilang. Terima kasih karena tidak menyerah dengan hidup yang menjadi harapan orang-orang. Penelitian ini merupakan pencapaian yang sangat luar biasa bagi penulis. Semoga selalu diberi kekuatan dan keikhlasan menjalani perjalanan selanjutnya. Mari buktikan, setiap kesulitan pasti berbuah keberhasilan. Aamiin.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan maukan tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pertanyaan 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, 6 November 2025



Muhammad Rifsan Jani

NIM. 2110412210011

## **ABSTRAK**

Muhammad Rifsan Jani, 2110412210011, 2025. Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin, di bawah bimbingan: Ibu Novia Nour Halisa.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara simultan Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan desain penelitian Explanatory Research. Lokasi penelitian berada di Banjarmasin. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi merek Le Minerale 2 kali atau lebih dalam satu bulan, besar sampel terdiri dari 100 responden yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Loyalitas Merek pada konsumen Le Minerale di Banjarmasin. Kesadaran Merek dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Loyalitas merek pada konsumen Le Minerale di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek

## **ABSTRACT**

*Muhammad Rifsan Jani, 2110412210011, 2025. The Influence of Brand Awareness and Brand Trust on Brand Loyalty among Le Minerale Consumers in Banjarmasin, supervised by: Novia Nour Halisa.*

*This study was conducted to determine and examine the partial effect of Brand Awareness on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin; to determine and examine the partial effect of Brand Trust on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin; and to determine and examine the simultaneous effect of Brand Awareness and Brand Trust on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin.*

*This research used a quantitative approach with an explanatory research design. The study was conducted in Banjarmasin. The population consisted of consumers who had consumed Le Minerale at least twice a month. A total of 100 respondents were selected using the accidental sampling technique. Data were collected using questionnaires and analyzed through multiple linear regression analysis with SPSS version 26.*

*The results of the study indicate that Brand Awareness has a significant partial effect on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin. Brand Trust also has a significant partial effect on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin. Furthermore, Brand Awareness and Brand Trust simultaneously have a significant effect on Brand Loyalty among Le Minerale consumers in Banjarmasin.*

*Keywords: Brand Awareness, Brand Trust, Brand Loyalty*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
PERSEMBAHAN .....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	19
1.3 Tujuan Penelitian .....	19
1.4 Manfaat Penelitian .....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	21
2.1 Landasan Teoritis .....	21
2.1.1 Pemasaran .....	21
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	23
2.1.3 Loyalitas Merek .....	27
2.1.3 Kesadaran Merek .....	35
2.1.4 Kepercayaan Merek .....	38
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	43
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	48
2.3.1 Hipotesis Penelitian .....	48
2.3.2 Model Penelitian .....	54
BAB III METODE PENELITIAN .....	56
3.1 Pendekatan Penelitian .....	56

3.2 Desain Penelitian.....	56
3.3 Lokasi Penelitian.....	57
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling .....	57
3.4.1 Populasi.....	57
3.4.2 Sampel.....	58
3.4.3 Tehnik Sampling .....	59
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	59
3.5.1 <i>Variabel Independen (X)</i> .....	60
3.5.2 <i>Variabel Dependent (Y)</i> .....	61
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.6.1 Data Primer .....	66
3.6.2 Data Sekunder .....	66
3.7 Teknik Analisa data.....	67
3.7.1 Skala Pengukuran.....	67
3.7.2 Deskriptif Statistis.....	67
3.7.3 Uji Validitas dan Reabilitas .....	68
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
3.7.6 Uji Hipotesis .....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	78
4.1 Profile Responden .....	78
4.1.1 Berdasarkan Domisili.....	78
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.1.3 Berdasarkan Usia .....	79
4.1.4 Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
4.1.5 Berdasarkan Pekerjaan .....	81
4.1.6 Berdasarkan Pendapatan .....	82
4.1.7 Berdasarkan Penggunaan Produk .....	83
4.1.8 Berdasarkan Mengenali Produk.....	83
4.1.9 Berdasarkan Konsumsi Produk.....	84
4.1.10 Berdasarkan Pembelian Produk Dalam 1 Bulan .....	84

4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	85
4.2.1 Deskriptif Variabel Kesadaran Merek .....	85
4.2.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek .....	89
4.2.2 Deskriptif Variabel Loyalitas Merek .....	93
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	98
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	98
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	101
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	101
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	101
4.3.1 Hasil Uji Multikolinearitas .....	103
4.3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	104
4.4 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	104
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	106
4.5.1 Hasil Uji Persial (Uji-t).....	106
4.5.2 Hasil Uji simultan (Uji-f).....	108
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	109
<b>BAB V PEMBAHASAN HASIL .....</b>	<b>111</b>
5.1 Pembahasan.....	111
5.1.1 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek .....	111
5.1.2 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek .....	112
5.1.3 Pengaruh Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek .....	114
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	115
5.2.1 Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Merek .....	116
5.2.2 Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek .....	117
5.2.3 Kesadaran Merek dan Kepercayaan Merek terhadap loyalitas merek	118
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	119
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>120</b>
6.1 Kesimpulan .....	120
6.2 Saran.....	120
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	5 Sektor Usaha Dengan Persaingan Tertinggi Di Indonesia.....	2
Tabel 1. 2	Persentase Rumah Tangga Indonesia Berdasarkan Sumber Air Minum (2023).....	3
Tabel 1. 3	Top Brand Index Kategori Air minum dalam kemasan.....	7
Tabel 1. 4	Penjualan Le Minerale di Banjarmasin pada E-Commerce.....	9
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	63
Tabel 3. 2	Instrumen Skala Likert.....	67
Tabel 3. 3	kategori nilai mean.....	68
Tabel 3. 4	Tabulasi Interpretasi Nilai r.....	77
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	78
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	80
Tabel 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	82
Tabel 4. 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan produk.....	83
Tabel 4. 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Mengenali produk.....	83
Tabel 4. 9	Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi Produk.....	84
Tabel 4. 10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian.....	84
Tabel 4. 11	Deskriptif Variabel Kesadaran Merek.....	85
Tabel 4. 12	Deskriptif Variabel kepercayaan Merek.....	89
Tabel 4. 13	Deskriptif Variabel Loyalitas Merek.....	93
Tabel 4. 14	Hasil Uji Validitas.....	99
Tabel 4. 15	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4. 16	Uji Kolmogorov Smirnov.....	103
Tabel 4. 17	Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
Tabel 4. 18	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
Tabel 4. 19	Uji Parsial (Uji-t).....	107
Tabel 4. 20	Hasil Uji Simultan (Uji-F).....	108
Tabel 4. 21	Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	109

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
	Gambar 1. 1 Produk Air Mineral Asli Indonesia yang Jadi Pilihan Masyarakat..	13
	Gambar 1. 2 Logo bebas BPA 100% pada galon Le Minerale .....	17
	Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	55
	Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	102
	Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	102
	Gambar 4. 3 Hasil Uji Hereroskedastisitas Scatterplot.....	104
	Gambar 5. 1 Model Akhir Penelitian .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
Lampiran 1. 1	Kuesioner Penelitian.....	129
Lampiran 2. 1	Tabulasi Data Responden .....	137
Lampiran 3. 1	Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden.....	146
Lampiran 3. 2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek (X1).....	148
Lampiran 3. 3	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	151
Lampiran 3. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Variabel loyalitas merek (Y)	154
Lampiran 3. 5	Uji Validitas Kesadaran Merek (X1).....	158
Lampiran 3. 6	Uji Validitas Kepercayaan Merek (X1).....	159
Lampiran 3. 7	Uji Validitas Loyalitas Merek (Y).....	160
Lampiran 3. 8	Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek (X1) .....	161
Lampiran 3. 9	Uji Reliabilitas Variabel kepercayaan Merek (X2) .....	162
Lampiran 3. 10	Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek (Y) .....	163
Lampiran 3. 11	Uji Normalitas .....	164
Lampiran 3. 12	Uji Multikolinieritas .....	165
Lampiran 3. 13	Uji Heteroskedastitas.....	165
Lampiran 3. 14	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	166
Lampiran 3. 15	Uji Parsial / Uji T .....	166
Lampiran 3. 16	Uji simultan / Uji F.....	166
Lampiran 3. 17	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	167
Lampiran 3. 18	Titik Persentase Distribusi t (df=41-117).....	167
Lampiran 3. 19	R-Tabel .....	169
Lampiran 3. 20	Titik Persentase Distribusi F (41-110) .....	171