

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, D. (1986). *Pengantar Metode Statistik* (2nd ed.). Jakarta: LP3ES.
- Aritonang, R., & Lerbin, R. (2007). *Riset Pemasaran*. Samarinda: Ghalia Indonesia.
- Ekonomi, M., & Manajemen, D. A. N. (2013). *MEDIA EKONOMI DAN MANAJEMEN Vol 27. No 1 Januari 2013*. 27(1), 48–65.
- Fuadiyah, S., & Muslih, B. (2018). *Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyaltas Pelanggan (Studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri)*. 2(1).
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (3rd ed.). Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4th ed.). Semarang: UNDIP.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Dewi, N.K., et al. (2012), " *Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyaltas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion di Kota Padang*," Fakultas Ekonomi Tamansiswa, Padang Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 3, No 2, Mei, h. 11-29
- Kotler, P. and K.L. Keller (2009), *Marketing Management*, ed 13. NJ: Pearson Education, Inc. Mursadi,
- M. (2010), *Manajemen Pemasaran*, Cetakan keenam. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Pramudyo, A. (2012),"
- Andi Offset Tjiptono, F. (2011), *Brand Management & Strategy*, Cetakan 1, Yogyakarta
- Andi Offset, *Manajemen dan Strategi Merek, Seri Manajemen Merek 01*. Yogyakarta:
- Sugiyono. (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan ke 16. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tjiptono, F.(2005)

Lampiran 1
RIWAYAT HIDUP PENELITI

Nama : Salsabila Alfiyyah Fitri
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat / Tanggal Lahir : Surabaya, 19 Oktober 1998
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Jl. Klimbangan 1 no 10 c
Alamat Email : salsabila.alfiyyah98@gmail.com



Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SDN Peneleh 1 Surabaya 2004 - 2010
SMP : SMP Negeri 41 Surabaya 2010 - 2013
SMK : SMK Trisila Surabaya 2013 - 2016
Perguruan Tinggi : Universitas Narotama

Lampiran 2

Instrumen Kuisisioner Penelitian

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara (i)

Konsumen Indomie

Di Surabaya

Dengan Hormat,

Bersamaan dengan surat ini, saya :

Nama : Salsabila Alfiyyah Fitri

Nim : 01216049

Alamat : Jl. Klimbangan 1 no 10c Surabaya

Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen (Universitas Narotama Surabaya)

Saya bermaksud untuk memohon bantuan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Iklan dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Indomie Di Surabaya”. Hal ini semata-mata hanya untuk pengumpulan data pada pengujian skripsi.

Untuk itu sangat besar harapan saya agar bisa di isi sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i dan saya akan sangat menghargai. Pada penelitian ini akan diteliti apakah terdapat pengaruh iklan dan reputasi merek terhadap loyalitas konsumen Indomie di Surabaya.

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian serta bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner tersebut, saya mengucapkan terima kasih.

Surabaya, 9 Januari 2020

Hormat saya,

Salsabila Alfiyyah Fitri

PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER

Untuk mempermudah pengisian kuesioner, dapat digunakan petunjuk pengisian kuesioner sebagai berikut :

Isi dan lengkapilah data responden terlebih dahulu sebelum mengisi kuesioner

Bacalah dengan teliti masing-masing pertanyaan

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda sendiri (tidak ada jawaban yang salah karena setiap pendapat responden berbeda)

Jawablah dengan memberikan tanda centang pada kolom jawaban yang sudah disediakan. Kuesioner ini akan dapat digunakan dengan optimal jika seluruh pertanyaan telah terjawab, oleh karena itu dimohon untuk meneliti kuesioner kembali, untuk lebih memastikan semua pertanyaan telah terjawab.

Keterangan jawaban :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral/Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

KUESIONER

PENGARUH IKLAN DAN REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE DI SURABAYA

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

Pendapatan per bulan :

Berapa kali responden pernah membeli Indomie :

PENDAPAT RESPONDEN

Jawablah pertanyaan dengan memberikan tanda centang pada pilihan jawaban yang sudah disediakan.

1. IKLAN

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Iklan Indomie mampu menampilkan gambar, tulisan, warna, suara dan gerakan dengan jelas dan menarik?					
2.	Indomie selalu membuat konsep iklan yang kreatif dan menarik disetiap varian rasa yang berbeda?					
3.	Indomie memiliki tagline iklan "Indomie.. Seleraku" yang sangat mudah diingat?					
4.	Dari iklannya membuat saya percaya kualitas rasanya dan membuat saya ingin mencoba?					
5.	Setelah saya membeli dan tau rasanya saya ingin membeli kembali?					

2. REPUTASI MEREK

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Indomie merek mie instan yang terkenal di Indonesia?					
2.	Indomie berhasil membangun persepsi nama baik produknya kepada konsumen?					
3.	Indomie memiliki reputasi merek yang terpercaya?					
4.	Keunggulan indomie konsisten akan cita rasa khas nusantara dan terus berinovasi?					
5.	Ketersediaan produk indomie sangat mudah ditemukan di toko atau minimarket terdekat?					

3. LOYALITAS KONSUMEN

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya puas akan kualitas rasa indomie dan akan melakukan pembelian kembali?					
2.	Cheetos merupakan lini produk dari Pt. Indofood cocok menjadi teman makan Indomie?					
3.	Setelah tau rasanya, saya akan merekomendasikan Indomie kepada yang lainnya?					
4.	Saya sudah yakin akan kualitas Indomie sehingga tidak akan membeli merek mie instan lainnya?					



Lampiran 3
Tabulasi Data

X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	3	4	5	4	4	2	5	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4
5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
3	3	3	3	3	5	4	3	4	5	3	3	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3
4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4

5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	5	3	3	2
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	5	1	1	5	1	1	2	5	3	3	1	5
3	5	5	3	2	5	5	5	4	4	3	4	3	1
4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4
5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5
5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4

4	4	5	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	2
5	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	3	4	3	2
4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	2	5	5

Lampiran 4 Hasil Output SPSS

Uji Validitas

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1 Pearson Correlation	1	,518**	,371**	,373**	,580**	,777**
X1.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
X1.1 N	86	86	86	86	86	86
X1.2 Pearson Correlation	,518**	1	,402**	,561**	,455**	,795**
X1.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
X1.2 N	86	86	86	86	86	86
X1.3 Pearson Correlation	,371**	,402**	1	,323**	,258**	,583**
X1.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,002	,017	,000
X1.3 N	86	86	86	86	86	86
X1.4 Pearson Correlation	,373**	,561**	,323**	1	,561**	,764**
X1.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002		,000	,000
X1.4 N	86	86	86	86	86	86
X1.5 Pearson Correlation	,580**	,455**	,258**	,561**	1	,789**
X1.5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017	,000		,000
X1.5 N	86	86	86	86	86	86
Total_X1 Pearson Correlation	,777**	,795**	,583**	,764**	,789**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,323	,327	,393	,532	,673
	Sig. (2-tailed)		,002	,002	,000	,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86
X2.2	Pearson Correlation	,323**	1	,662**	,523**	,105	,770**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,336	,000
	N	86	86	86	86	86	86
X2.3	Pearson Correlation	,327**	,662**	1	,506**	,093	,772**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,393	,000
	N	86	86	86	86	86	86
X2.4	Pearson Correlation	,393**	,523**	,506**	1	,394**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	86	86	86	86	86	86
X2.5	Pearson Correlation	,532**	,105	,093	,394**	1	,538**
	Sig. (2-tailed)	,000	,336	,393	,000		,000
	N	86	86	86	86	86	86

Total_X2 Pearson Correlation	,673**	,770**	,772**	,798**	,538**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	86	86	86	86	86	86

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total_Y
Y1.1 Pearson Correlation	1	,270*	,506**	,399**	,738**
Sig. (2-tailed)		,012	,000	,000	,000
N	86	86	86	86	86
Y1.2 Pearson Correlation	,270*	1	,366**	,281**	,678**
Sig. (2-tailed)	,012		,001	,009	,000
N	86	86	86	86	86
Y1.3 Pearson Correlation	,506**	,366**	1	,220*	,729**
Sig. (2-tailed)	,000	,001		,042	,000
N	86	86	86	86	86
Y1.4 Pearson Correlation	,399**	,281**	,220*	1	,695**
Sig. (2-tailed)	,000	,009	,042		,000
N	86	86	86	86	86
Total_Y Pearson Correlation	,738**	,678**	,729**	,695**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	86	86	86	86	86

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Realibilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	86	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	86	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	14

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,525	1,737		1,453	,150		
Total_X1	,337	,092	,408	3,671	,000	,539	1,854
Total_X2	,296	,103	,321	2,885	,005	,539	1,854

a. Dependent Variable: Total_Y

Koefisien R dan Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,447	,434	1,655

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Uji Asumsi Klasik

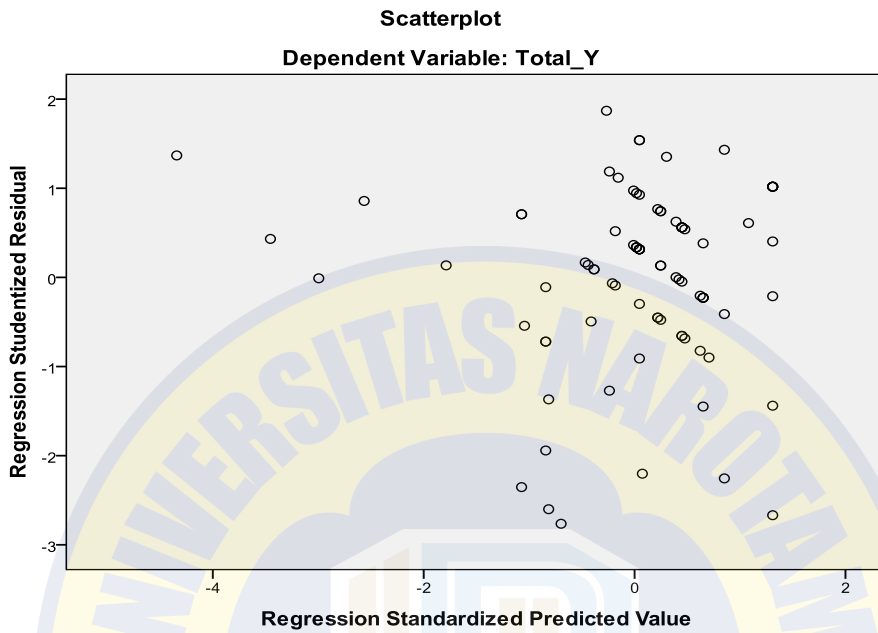
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,525	1,737		1,453	,150		
Total_X1	,337	,092	,408	3,671	,000	,539	1,854
Total_X2	,296	,103	,321	2,885	,005	,539	1,854

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Heteroksedasititas



Uji Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,525	1,737		1,453	,150		
	Total_X1	,337	,092	,408	3,671	,000	,539	1,854
	Total_X2	,296	,103	,321	2,885	,005	,539	1,854

a. Dependent Variable: Total_Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,525	1,737		1,453	,150		
	Total_X1	,337	,092	,408	3,671	,000	,539	1,854
	Total_X2	,296	,103	,321	2,885	,005	,539	1,854

Uji F

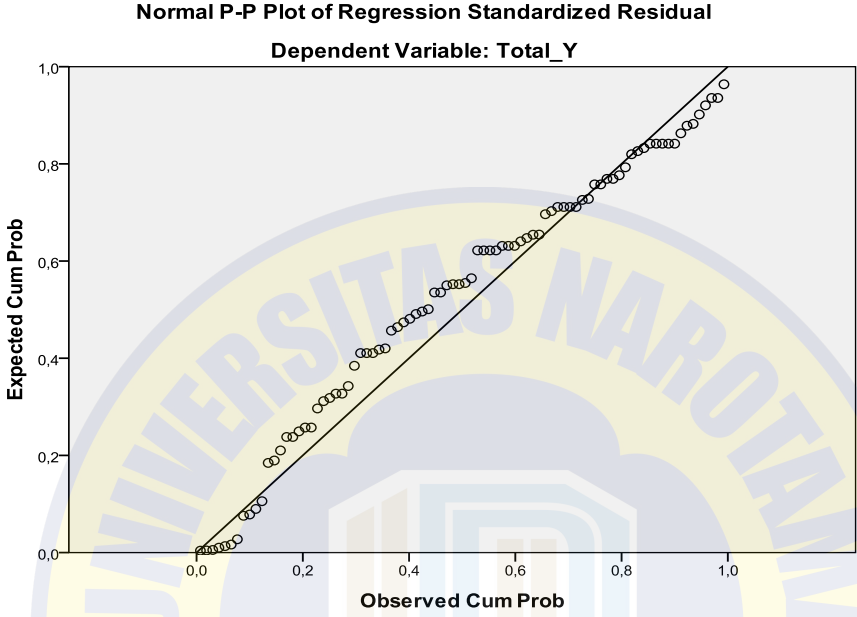
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	183,640	2	91,820	33,530	,000 ^a
	Residual	227,290	83	2,738		
	Total	410,930	85			

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,63523636
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,063
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		,994
Asymp. Sig. (2-tailed)		,277













a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

No. Dokumen : FM-FEB-05-07
Tgl. Terbit : 01 Okt 2019
Kerja : 00

- 1 NAMA MAHASISWA : SALSABILA ALFIYYAH FITRI
- 2 NIM : 01216049
- 3 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
- 4 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
- 5 TOPIK SKRIPSI :
- 6 TANGGAL PENGAJUAN : 04 September 2019
- 7 NAMA PEMBIMBING I : SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si
- 8 NAMA PEMBIMBING II :
- 9 URAIAN KONSULTASI :

NO	TANGGAL	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN	MONITORING	
			CATATAN	PARAF PEMBIMBING
1	13/9/19	Observasi obyek penelitian	Revisi bab 1	
2	16/9/19	Observasi terhadap fenomena bisnis/manajemen	Revisi bab 1	
3	26/9/19	Menentukan masalah penelitian	acc bab 1	
4	11/10/19	Kajian teoritis & Empiris	Revisi bab 2	
5	2/11/19	Sintesa dan Rasionalisasi teori	acc bab 2	
6	14/11/19	Pendekatan Metodologi penelitian	Revisi bab 3	
7	4/12/19	Pembuatan instrument penelitian	acc bab 3	
8	12/12/19	Pengumpulan data	Revisi bab 4	
9	14/12/19	Tabulasi & Pengolahan Data	Revisi bab 4	
10	23/12/19	Deskripsi Hasil Penelitian	Revisi bab 4	
11	29/12/19	Intepretasi Hasil Penelitian	Revisi bab 5	
12	9/1/20	Kelengkapan Data	acc bab 4 dan 5	

Sidang Skripsi

10. TANGGAL SELESAI BIMBINGAN :

11. TELAH DIEVALUASI DAN SIAP UNTUK DIUJI

DOSEN PEMBIMBING



SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si

SURABAYA 16 - 01 - 2020
DEKAN



De. Ir. Rr. HERMIEN TRIDAYANTI, MM.



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 20%

Date: Wednesday, February 26, 2020

Statistics: 2952 words Plagiarized / 14858 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

SKRIPSI PENGARUH IKLAN DAN REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
INDOMIE DI SURABAYA Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Narotama Surabaya / Disusun Oleh: SALSABILA
ALFIYYAH FITRI NIM : 01216049 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA 2020 SKRIPSI PENGARUH IKLAN
DAN REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMIE DI SURABAYA
Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Narotama Surabaya Oleh: SALSABILA ALFIYYAH FITRI NIM : 01216049
PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
NAROTAMA SURABAYA 2020

PRO PATRIA

SURABAYA