SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY, PRICE, BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Universitas Narotama

Surabaya

Di Susun Oleh :

Nur Chotimah Hidayati

01219031

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NAROTAMA

SURABAYA

2023

SKRIPSI

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY, PRICE, BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Universitas Narotama

Surabaya

Oleh :

Nur Chotimah Hidayati

01219031

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NAROTAMA

SURABAYA

2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Nur Chotimah Hidayati
NIM	01219031
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jurusan	: Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY,PRICE, BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksiakademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan.

PRO PATRIA

Surabaya, 22 Februari 2023

Pembuat Pernyataan,

Nur Chotimah Hidayati

Nim 01219031

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PRICE, BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PRODUK SUNLIGHT DITRANSMART NGAGEL SURABAYA

DIAJUKAN OLEH: NUR CHOTIMAH HIDAYATI

NIM : 01219031

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,

(Dr. Sengguruh Nilowardono SE, M.Si) TANGGAL 22 Februari 2023

KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN,

(I Putu Artaya, SE, MM.) TANGGAL 22 Februari 2023

Dipindai dengan CamScanner

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

TELAH DIUJI DAN DIPERTAHANKAN

PADA HARI RABU, TANGGAL 22 FEBRUARI 2023

Judul Skripsi : PENGARUH PERCEIVED QUALITY,PRICE, BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Disusun Oleh	: Nur Chotimah Hidayati
NIM	: 01219031
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Prodi	: Manajemen
Perguruan Tinggi	: Univeristas Narotama Surabaya

PRO PATRIA

Dihadapan Team Penguji

1. I GEDE ARIMBAWA, SE., MM .....

2. Dr. SENGGURUH NILOWARDONO, SE.,M.Si .....

3. I PUTU ARTAYA, SE, MM. .....

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Nur Chotimah Hidayati
NIM	01219031
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen Pemasaran
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalti Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY,PRICE,BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalty Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama sayasebagai penulis pencipta dan sebagai pemiliki Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya Pada Tanggal : 22 Februari 2023

Yang Menyatakan,

(Nur Chotimah Hidayati)

Dipindai dengan CamScanner

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul PENGARUH *PERCEIVED QUALITY, PRICE, BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PRODUK SUNLIGHT DITRANSMART NGAGEL SURABAYA. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih drajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Dr Arasy Alimudin, SE.,MM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya
3. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Sengguruh Nilowardono SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya.
6. Kakak saya Nur oktavianti dan Elke Yulenda Ismahesti yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak.

Surabaya, 22 Februari 2023

Nur Chotimah Hidayati

Dipindai dengan CamScanner

ABSTRAK

"PENGARUH PERCEIVED QUALITY, PRICE, BRAND EXPERIENCE TERHADAP BRAND LOYALTY PRODUK SUNLIGHT DI TRANSMART NGAGEL SURABAYA"

Oleh :

Nur Chotimah Hidayati

Dosen Pembimbing :

Dr. Sengguruh Nilowardono SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived quality, Price, Brand experience* terhadap *Brand loyalty* produk sunlight di Transmart Ngagel Surabaya. Penelitian berikut dilakukan untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dan dependen. Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode kuantitatif menggunakan pengukuran objektif dan analisis matematis. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah customer yang berbelanja sabun cuci piring sunlight di Transmart Ngagel Surabaya dengan mengambil sampel sebanyak 96 responden. Hasil analisis data pengaruh variabel independen yaitu *Perceived quality, Price, Brand experience* terhadap variabel dependen *Brand loyalty* maka didapat nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05, yang dapat menunjukkan bahwa penelitian ini pada variabel *perceived quality, price, dan brand experience* secara simultan mampu mempengaruhi variabel *brand loyalty*. Hasil ini dapat mengindikasikan bahwa naik turunnya brand loyalty pada produk Sunlight di Transmart Ngagel Surabaya ditentukan oleh seberapa baik persepsi mereka atas *perceived quality, price, dan brand experience* yang ada. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan waktu yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu data yang diambil dari konsumen yang melakukan pembelian produk Sunlight pada bulan Desember 2022 dan Januari 2023. Penelitian ini terbatas hanya pada tiga faktor yang mempengaruhi brand loyalty diantaranya adalah *perceived quality, price dan brand experience*. Sedangkan masih banyak faktor faktor lainnya yang dapat mempengaruhi *brand loyalty*.

Kata Kunci : *perceived quality,price,brand experience,brand loyalty*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY,PRICE, BRAND EXPERIENCE ON BRAND LOYALTY OF PRODUCT SUNLIGHT AT TANSMART NGAGEL SURABAYA

Oleh :

Nur Chotimah Hidayati

Advisor Lecturer:

Dr. Sengguruh Nilowardono SE, M.Si

This study aims to analyze the influence of Perceived quality, Price, Brand experience on brand loyalty of sunlight products at Transmart Ngagel Surabaya. The following study was conducted to analyze the presence or absence of a relationship between independent and dependent variables. Therefore, researchers use quantitative methods using objective measurements and mathematical analysis. The data analysis technique in this study uses multiple linear analysis. The population in this study were customers who shopped for sunlight dish soap at Transmart Ngagel Surabaya by sampling 96 respondents. The results of data analysis of the influence of independent variables, namely Perceived quality, Price, Brand experience on the dependent variables Brand loyalty, obtained a significant value of 0.000 < 0.05, which can show that this study on the perceived quality, price, and brand experience variables is simultaneously able to influence the brand loyalty variable. These results may indicate that the rise and fall of brand loyalty in Sunlight products at Transmart Ngagel Surabaya is determined by how well they perceive perceived quality, price, and brand experience. In this study, there is a limited time used in conducting this study, namely data taken from consumers who purchased Sunlight products in December 2022 and January 2023. This research is limited to only three factors that affect brand loyalty including perceived quality, price and brand experience. Meanwhile, there are many other factors that can affect brand loyalty.

Keywords : Perceived quality,Price,Brand experience,Brand loyalty

UNIVERSITAS NAROTAMA
PRO PATRIA
SURABAYA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN ii
PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI ..... **Error! Bookmark not defined.**
KATA PENGANTAR ..... **Error! Bookmark not defined.**
ABSTRAK ..... **Error! Bookmark not defined.**
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 6
1.4. Manfaat penelitian 6
1.5. Batasan Penelitian 7
BAB II 8
TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1. Tinjauan Empiris 8
2.2. Tinjauan teoritis 19
2.2.1. Perceived Quality 19
2.2.2. Pengertian Perceived Quality 19
2.2.3. Indikator perceived quality 20
2.2.4. Faktor-faktor yang memengaruhi *perceived quality* 20
2.2.2. Price 21
2.2.2.1. Pengertian price 21
2.2.2.2. Indikator Harga 21
2.2.2.3. Faktor yang memengaruhi penetapan harga 21

2.2.3. Brand experience 21
2.2.3.1 Pengertian *Brand experience* 21
2.2.4. Brand loyalty 22
2.2.4.1 Pengertian *Brand loyalty* 22
2.2.4.2 Indikator brand loyalty 23
2.2.5. Pengaruh antar variabel 23
2.3. Kerangka konseptual 24
BAB III 26
Metode Penelitian 26
3.1. Pendekatan Penelitian 26
3.2. Populasi dan sampel 26
3.2.1. Populasi 26
3.2.2. Sampel 26
3.3. Objek Penelitian 27
3.4. Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 27
3.4.1. Jenis Data 27
3.4.2. Sumber Data 27
3.4.3. Teknik Pengumpulan Data 28
3.5. Definisi Operasional 28
3.6. Teknik Analisis 32
3.6.1. Uji keabsahan data 32
3.6.1 Uji usumsi klasik 32
3.7. Analisis linear berganda 33
BAB 4 35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 35
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian 35
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 35
1. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap *Perceived Quality* 38
2. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap *Price* 40
3. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap *Brand Experience* 41
4. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden Terhadap *Brand Loyalty* (BL) 42
4.3 Teknik Analisis Data 43
1. Uji Instrumen Data 43

a. Uji Validitas 43
b. Uji Reliabilitas 45
2. Uji Asumsi Klasik 45
a. Uji Normalitas 45
b. Uji Multikolinearitas 46
c. Uji Heteroskedastisitas 47
3. Analisis Regresi Linear Berganda 47
4. Pengujian Hipotesis 49
a. Uji Parsial (Uji t) 49
b. Uji Simultan (Uji F) 50
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 50
4.1 Pembahasan 51
4.4.1 Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty 51
4.4.2 Pengaruh *Price* Terhadap *Brand Loyalty* 51
4.4.3 Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Loyalty 52
4.4.4 Pengaruh Perceived Quality, Price, dan Brand Experience Secara Simultan Terhadap Brand Loyalty 52
BAB 5 54
PENUTUP 54
5.1 Kesimpulan 54
5.2 Keterbatasan 54
5.3 Saran 55
DAFTAR PUSTAKA 56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Matrik penelitian terdahulu.....11
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian……..……29

UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA PRO PATRIA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penjualan produk sunlight 2
Gambar 1. 2 Logo Sunlight 4
Gambar 2. 1 Kerangka penelitian konseptual……..……24

UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
PRO PATRIA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata 62
Lampiran 2. Sertifikat Conference 63
Lampiran 3. Berita Acara 64
Lampiran 4. Plagiasi 65
Lampiran 5. Kuisioner 66

UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA
PRO PATRIA