

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI KFC PRINGSEWU**

**Oleh
SAPUJI ANDIKA PUTRI**

**Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
Sarjana Ekonomi
Pada
Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MUHAMMADIYAH
PRINGSEWU-LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

SAPUJI ANDIKA PUTRI, Pengaruh Gaya Hidup dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen di KFC Pringsewu (Dibawah bimbingan Drs. Hi.Suminto Affandi,M.M sebagai pembimbing satu dan Arifin, S. Sos., M.M sebagai pembimbing kedua). xv + 64 Halaman + 3 Tabel +2 Gambar Dan 21 Lampiran.

Loyalitas konsumen adalah hasil dari persepsi terhadap kinerja dari nilai suatu produk atau layanan. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi pula loyalitas konsumen pada perusahaan.

Masalah dalam penelitian ini adalah konsumen di KFC Pringsewu menunjukkan loyalitasnya secara fluktuatif yang diduga karena pengaruh gaya hidup dan kepercayaan merek. Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu, 2) Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu, 3) Apakah gaya hidup dan kepercayaan merek secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen pringsewu. Tujuan penelitian ini yaitu : 1) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas konsumen pringsewu, 2) Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu, 3) Untuk mengetahui gaya hidup dan kepercayaan merek secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas konsumen di KFC Pringsewu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di KFC Pringsewu yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti dengan mengambil sampel 30 konsumen di KFC pringsewu. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F.

Berdasarkan analisis data di dapat hasil data didapat hasil bahwa ada pengaruh gaya hidup terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu, di buktikan nilai t_{hitung} gaya hidup $3,237 > t_{tabel} 2,052$. Ada pengaruh antara kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu. Hal ini dapat dilihat dari t_{hitung} kepercayaan merek $3,173 > t_{tabel} 2,052$. Ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara gaya hidup dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen di KFC Pringsewu. Hal ini dapat dilihat dari $F_{hitung} 5,303 > F_{tabel} 3,34$. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 2,29% sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen mampu dijelaskan sebesar 2,29% oleh variabel gaya hidup dan kepercayaan merek dan sisanya 77,1% dijelaskan atau di pengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

ABSTRACT

SAPUJI ANDIKA PUTRI, The Effect of Lifestyle and Brand Trust on Consumer Loyalty at KFC Pringsewu (Under the guidance of Drs. Hi.SumintoAffandi, M.M as the first supervisor and Arifin, S. Sos., M.M as the second mentor). xv + 64 pages + 3 tables + 2 images and 21 attachments.

Consumer loyalty is the result of perceptions of the performance of the value of a product or service. The higher the satisfaction felt by consumers the higher the consumer loyalty to the company.

The problem in this study is that consumers at KFC Pringsewu show their loyalty fluctuatively which is allegedly due to the influence of lifestyle and brand trust. So that the formulation of the problems in this study are: 1) Does lifestyle affect consumer loyalty in KFC Pringsewu, 2) Does brand trust affect consumer loyalty in KFC Pringsewu, 3) Does lifestyle and brand trust together influence pringsewu consumer loyalty . The purpose of this study are: 1) To determine the influence of lifestyle on consumer loyalty Pringsewu, 2) To determine the effect of brand trust on consumer loyalty in KFC Pringsewu, 3) To find out lifestyle and brand trust together influence consumer loyalty in KFC Pringsewu .

In this study using quantitative methods. Data collection methods used were questionnaires and documentation. The population in this study are consumers who shop at KFC Pringsewu whose exact number is unknown by taking a sample of 30 consumers at KFC Pringsewu. Analysis of the data used in this study is multiple linear regression with hypothesis testing using t-test and F-test.

Based on the data analysis, the results show that there is an influence of lifestyle on consumer loyalty in KFC Pringsewu, evidenced by the tcount of lifestyle $3.237 > \text{table } 2.052$. There is influence between brand trust on consumer loyalty at KFC Pringsewu. This can be seen from the brand trust tcount $3,173 > \text{table } 2,052$. There is a significant influence jointly between lifestyle and brand trust on consumer loyalty at KFC Pringsewu. This can be seen from Fcount $5,303 > \text{Ftable } 3,34$. Adjusted R Squarese value of 2.29% so it can be concluded that consumer loyalty can be explained by 2.29% by lifestyle variables and brand trust and the remaining 77.1% is explained or influenced by other factors not explained in this study.

Judul Skripsi : **PENGARUH GAYA HIDUP DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI KFC
PRINGSEWU**

Nama Mahasiswa : SAPUJI ANDIKA PUTRI
No. Pokok Mahasiswa : 15010039
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

MENYETUJUI

1. Komisi pembimbing

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Hi. Suminto Affandi, M.M
NBM 559092

Arifin, S. Sos., M.M
NBM 0223087201

2. Ketua Program Studi

Atmi Saptarini, S.E., M.M
NBM 981557

MENGESAHKAN

1. Tim penguji

Ketua : **Drs. Hi.SumintoAffandi, M.M**

Sekretaris : **Arifin, S. Sos., M.M**

Anggota : **Sapto Yuwono., S.Pd., M.M**

Purwanto, S.E.I.,M.B.A

2. Ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung

Sapto Yuwono., S.Pd., M.M.

NBM. 672194

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini Kepada :

- Mamahku Suryani dan Papahku Joni Panata, untuk setiap air mata yang jatuh ketika berdoa demi keberhasilan, untuk setiap keringat yang tercurah dengan perjuangan yang melelahkan dan untuk seluruh kasih sayang yang mengiringiku selama 22 tahun ini.
- Kakakku tersayang Riski Ferdian Saputra, S.E, Fitri Handayani, S.E, Richa Andika Putri, S.E, Septa Beni Putra S.E, dan kembaranku Sapuja Andika Putri sebagai tempat curahan kebahagiaan dan keluh kesahku ungkapkan.
- Bobi Andidias Putra sebagai penyemangat di setiap langkah dalam masa-masa sulit dan selalu membantu dan memberi dukungan dalam menyelesaikan tugas akhirku ini.
- Putri, Maya, Novi, Usnul, Clara serta rekan-rekan angkatan 2015 STIE Muhammadiyah Pringsewu, yang saling memberi motivasi dan semangat ketika bersama-sama berjuang dan untuk canda tawa yang tak akan terlupakan di dalam masa perkuliahan.
- Almamaterku STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang banyak memberikan kenangan manis.

MOTTO

Kurangnya loyalitas dalam hal apapun sering kali menjadi salah satu penyebab utama kegagalan dalam perjalanan hidup kita.

(Napolion Hill)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Margakaya pada tanggal 13 Februari 1997, anak ke 3 dari 4 bersaudara, pasangan dari Bapak Joni Panata dengan Ibu Suryani.

Pendidikan yang pernah ditempuh:

1. SD Negeri 1 Margakaya, tamat tahun 2009
2. SMP Negeri 2 Pringsewu, tamat tahun 2012
3. SMA Negeri 1 Ambarawa, tamat tahun 2015
4. Tercatat sebagai Mahasiswa STIE Muhamadiyah Pringsewu Lampung tahun 2015-2019

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah berkat rahmat dan ridho Allah SWT. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi penelitian ini. Meskipun peneliti ini masih jauh dari yang diharapkan, namun penulis berusaha semaksimal mungkin dalam menyusunnya agar hasil yang diperoleh bisa optimal.

Penulis tertarik dalam membuat penelitian ini dikarenakan ingin mengetahui apakah loyalitas konsumen dipengaruhi oleh gaya hidup dan kepercayaan merek.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Sapto Yuwono, S.P.d., M.M. ketua STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan dukungan dan ilmu pengetahuan selama penulis kuliah.
2. Atmi Saptarini, S.E., M.M. selaku ketua program studi manajemen STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan bimbingan selama proses belajar di STIE Muhammadiyah Pringsewu.
3. Drs. H. Suminto Affandi, M.M. selaku pembimbing I, dan Arifin, S.Sos., M.M. selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan masukan dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
4. Bapak dan Ibu dosen STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.
5. Yunus Dwi K, selaku Manajer KFC Pringsewu yang telah memberi izin penelitian pada penulis serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa STIE Muhammadiyah Pringsewu Lampung dan pihak lain yang ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan, demi kesempurnaannya diharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca semoga dengan disusunnya skripsi ini dapat memberi manfaat dan berguna bagi semua yang membacanya atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Pringsewu, 13 Juli 2019

Penulis

Sapuji Andika Putri

15010039

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
MENGESAHKAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Loyalitas Konsumen.....	6
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	6
2. Keuntungan Konsumen yang Loyal.....	7
3. Merancang dan menciptakan loyalitas	8
4. Tahap-tahap loyalitas	9
5. Mempertahankan loyalitas konsumen.....	11
6. Indikator loyalitas konsumen	14
B. Gaya Hidup	15
1. Pengertian Gaya Hidup	15
2. Jenis Gaya Hidup	16
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Konsumen...	19
4. Indikator Gaya Hidup.....	23
C. Kepercayaan Merek	24
1. Kepercayaan Terhadap Merek	24
2. Pengertian Merek	24
3. Citra Merek	26
4. Faktor-Faktor Yang Membentuk Citra Merek	27
5. Manfaat Citra Merek	27
6. Indikator Kepercayaan Merek	28
D. Kerangka Pikir	30
E. Hipotesis.....	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian.....	34
B. Definisi Operasional Variable Penelitian.....	35
1. Variabel Bebas	35
2. Variabel Terikat.....	36
C. Metode Pengumpulan Data	37
1. Kuesioner.....	37
2. Dokumentasi.....	37
D. Instrument Penelitian	38
1. Pengertian Instrument Penelitian	38
2. Skala Pengukuran.....	38
3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	39
E. Populasi Dan Sampel Dan Tehnik Sampling.....	42
1. Populasi	42
2. Sampel.....	42
3. Teknik Penelitian.....	43
F. Metode Analisis Data.....	43
1. Uji Validitas	44
2. Uji Realibilitas.....	45
3. Analisis Regresi Berganda	45
4. Pengujian Hipotesis.....	46
a. Uji Berganda (Uji F)	46
b. Uji Parsial (Uji T).....	47
5. Koefesien Determinasi (R^2)	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Situasi Dan Kondisi Tempat Penelitian	50
1. Sejarah Singkat Berdirinya KFC Pringsewu	50
2. Visi Misi KFC Pringsewu	52
3. Struktur Organisasi KFC Pringsewu	53
B. Pengumpulan Data Dan Penyajian Data	56
1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas Try Out.....	56
2. Analisis Deskriptif Variable.....	58
C. Analisis data	61
3. Analisis Regresi Berganda	61
4. Uji Hipotesis.....	62
5. Koefesien Determinasi	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65

BAB V KESIMPULAN DAN SARAS

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel.....	Halaman
1. Jumlah Konsumen KFC Pringsewu	3
2. Kisi kisi Matriks.....	9
3. Hasil Validitas Variabel Gaya Hidup.....	56
4. Hasil Validitas Variabel Kepercayaan Merek.....	57
5. Hasil Validitas Variabel Loyalitas	57
6. Hasil uji Realibilitas Try Out Variabel Gaya Hidup, Kepercayaan Merek Dan LoyalitasKonsumen	58
7. Tanggapan Konsumen Tentang Gaya Hidup	59
8. Tanggapan Konsumen Tentang Kepercayaan Merek	59
9. Tanggapan KonsumenTentang Loyalitas Konsumen	60
10. Hasil analisi sregresi berganda.....	61
11. Uji T-parsial	63
12. Uji F	64
13. Hasil Data Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir.....	32
2. Struktur Organisasi.....	53