

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA PRODUK
AREI DI PASURUAN RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan Oleh:

KHOILILUR ROHMAN

NPM: 2261201003176



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Khoililur Rohman
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003176
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand image*, Harga, dan Kualitas
Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada
Pengguna Produk AREI di Pasuruan Raya

Pasuruan, 23 Juli 2026

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



(Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.)



(Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan



(Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dirayakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 23 Juli 2026 :

TIM PENGUJI :

1. Nurul Akramiah, S.E., M.M.

1. Ketua.....

2. Eni Erwantiningsih, S.E., M.M.

2. Sekretaris.....

3. Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si.

3. Anggota.....

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan



Dr. Ir. BAMBANG SUTIKNO, M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khoililur Rohman

NPM : 2261201003176

Alamat Rumah : Dusun Magersari RT 01 RW 03 Desa Kedawung Kulon
Kecamatan Grati Kabupaten Pasuruan (67184)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Brand image*, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Produk AREI Di Pasuruan Raya” Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel, Thesis ataupun Disertai. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 23 Juli 2026

Yang membuat



Khoililur Rohman

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Khoililur Rohman

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003176

Universitas : Universitas Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 22 Juni 2001

Alamat : Dusun Magersari RT 01 RW 03 Desa
Kedawung Kulon Kecamatan Grati Kabupaten
Pasuruan (67184)

Nama Orang Tua (Ayah) : Agus Slamet
(Ibu) : Suharti

Riwayat Pendidikan : 1. TK Dharma Wanita Persatuan XVI
Kedawung Kulon (2006-2007)
2. SDN Kedawung Wetan 1 (2007-2013)
3. SMPN 1 Grati (2013-2016)
4. SMKN 1 Grati (2016-2019)
5. Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka pasuruan (2022-
sekarang)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Produk AREI di Pasuruan Raya". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya.
2. Kedua orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, serta dukungan moral maupun material kepada penulis.
3. Bapak Dr. Ir. Bambang Sutiko, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.
4. Ibu Eni Erwantiningsih, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan, dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan ilmu, pelayanan, dan pengalaman selama masa perkuliahan.

7. Kepada seseorang yang tak sengaja bertemu yang tidak bisa penulis sebut namanya, terima kasih telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik waktu maupun tenaga kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, dan mendengarkan keluh kesah, serta memberikan semangat pantang menyerah untuk menyelesaikan studi ini.
8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.
9. Dan untuk teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, semangat, dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, bagi Universitas Merdeka Pasuruan, serta bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian di bidang manajemen pemasaran.

Pasuruan, 23 Juli 2026

Yang Membuat



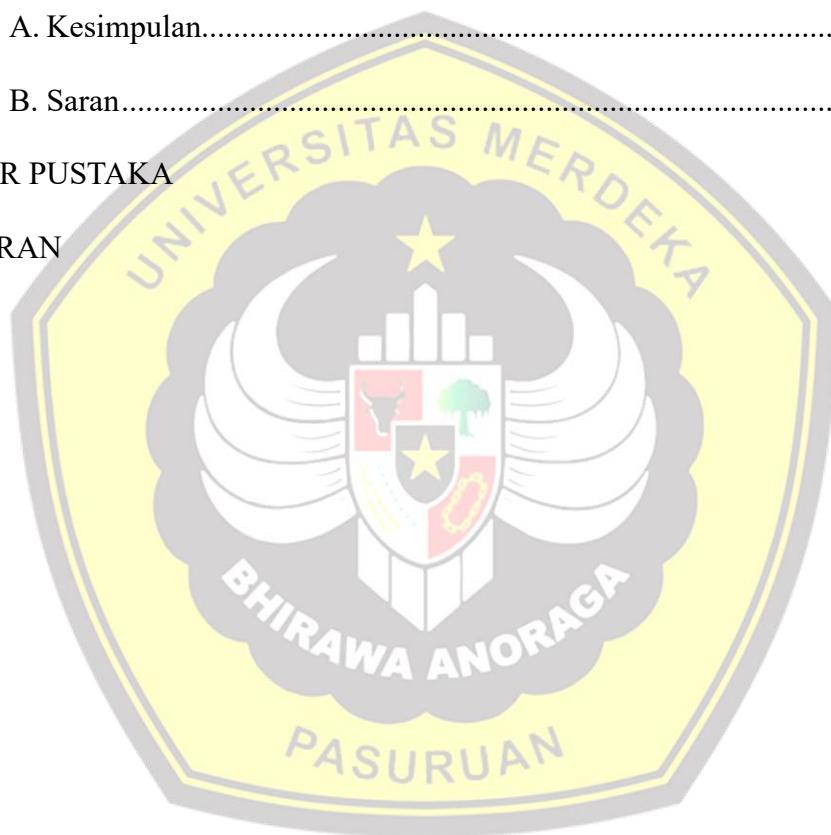
Khoililur Rohman

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Teori yang Melandasi Permasalahan.....	11
1. Loyalitas Pelanggan.....	11
2. <i>Brand Image</i>	17
3. Harga	20

2. <i>Brand Image</i>	17
3. Harga	20
4. Kualitas Produk	22
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hubungan antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat	31
D. Kerangka Konseptual	36
E. Hipotesis.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Definisi Operasional Variabel	40
1. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	40
2. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	42
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	46
C. Lokasi Penelitian.....	46
D. Populasi dan Sampel	47
E. Jenis Data dan Sumber Data.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data	50
G. Instrumen Penelitian.....	52
H. Teknik Analisis Data	54
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Hasil Penelitian	66
1. Uji Instrumen Penelitian.....	66
2. Analisis Statistik Deskriptif.....	70

3. Uji Asumsi Klasik.....	98
4. Analisis Regresi Linear Berganda	104
5. Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	110
6. Uji Hipotesis.....	113
C. Pembahasan Hasil Penelitian	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	127
A. Kesimpulan.....	127
B. Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Harga <i>Brand</i> Aktivitas <i>Outdoor</i> di <i>Marketplace</i> Indonesia (2026).....	3
Tabel 2 Matrik Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3 Skala Likert	53
Tabel 4 Pengukuran Skor Hasil Interval	55
Tabel 5 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 6 Hasil Uji Reabilitas	69
Tabel 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel	76
Tabel 8 Pengukuran Skor Hasil Interval	78
Tabel 9 Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	79
Tabel 10 Jawaban Responden Variabel Harga	83
Tabel 11 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	88
Tabel 12 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	94
Tabel 13 Hasil Uji <i>One-sample Kolmogorov-Smirnov</i>	98
Tabel 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	100
Tabel 15 Hasil Uji Autokorelasi	102
Tabel 16 Hasil Uji Linearitas	103
Tabel 17 Hasil Uji regresi Linear Berganda 1	106
Tabel 18 Hasil Uji regresi Linear Berganda 2	107
Tabel 19 Hasil Uji regresi Linear Berganda 3	108
Tabel 20 Hasil Uji regresi Linear Berganda 4.....	109
Tabel 21 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	110

Tabel 22 Hasil Uji F	114
Tabel 23 Hasil Uji T	115
Tabel 24 Hasil Analisis Pengaruh Dominan.....	118



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rating dan Ulasan Konsumen Produk AREI di Platform Shopee	5
Gambar 2 Kerangka Konseptual	37
Gambar 3 Produk AREI	65
Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Gambar 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	72
Gambar 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	73
Gambar 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian	74
Gambar 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	75
Gambar 10 <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	99
Gambar 11 Grafik Scatterplot	101

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER

LAMPIRAN 2: TABEL ANALISIS DESKRIPTIF

LAMPIRAN 3 : HASIL UJI INSTRUMEN

LAMPIRAN 4 : HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 5 : TABEL STATISTIK

LAMPIRANA 6 : SURAT PERNYATAAN SELESAI PENELITIAN



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PENGGUNA PRODUK
AREI DI PASURUAN RAYA**

Khoililur Rohman¹, Eni Erwantiningsih², Vita Fibriyani³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: khoililurrohman2261@gmail.com¹, enierwanti232@gmail.com²,

vita fibriyani@gmail.com³

ABSTRAK

Persaingan industri perlengkapan *outdoor* yang semakin ketat menuntut perusahaan mampu mempertahankan Loyalitas Pelanggan. Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna produk AREI di Pasuruan Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian berjumlah 75 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengguna produk AREI di Pasuruan Raya yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali dalam enam bulan terakhir. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna produk AREI di Pasuruan Raya. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,805 menunjukkan bahwa 80,5% variasi Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk, sedangkan 19,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Secara parsial, *Brand Image* memberikan kontribusi sebesar 73,5%, Harga sebesar 67,2%, dan Kualitas Produk sebesar 61,2% terhadap Loyalitas Pelanggan. Variabel *Brand Image* merupakan variabel yang memberikan kontribusi paling dominan terhadap Loyalitas Pelanggan. Semakin baik citra merek, semakin sesuai Harga, dan semakin tinggi Kualitas Produk yang dirasakan konsumen, maka Loyalitas Pelanggan terhadap produk AREI akan semakin meningkat.

Kata Kunci: *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, AREI.