

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *AUTHENTICITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DI RAWON
SAKINAH BANGILAN**

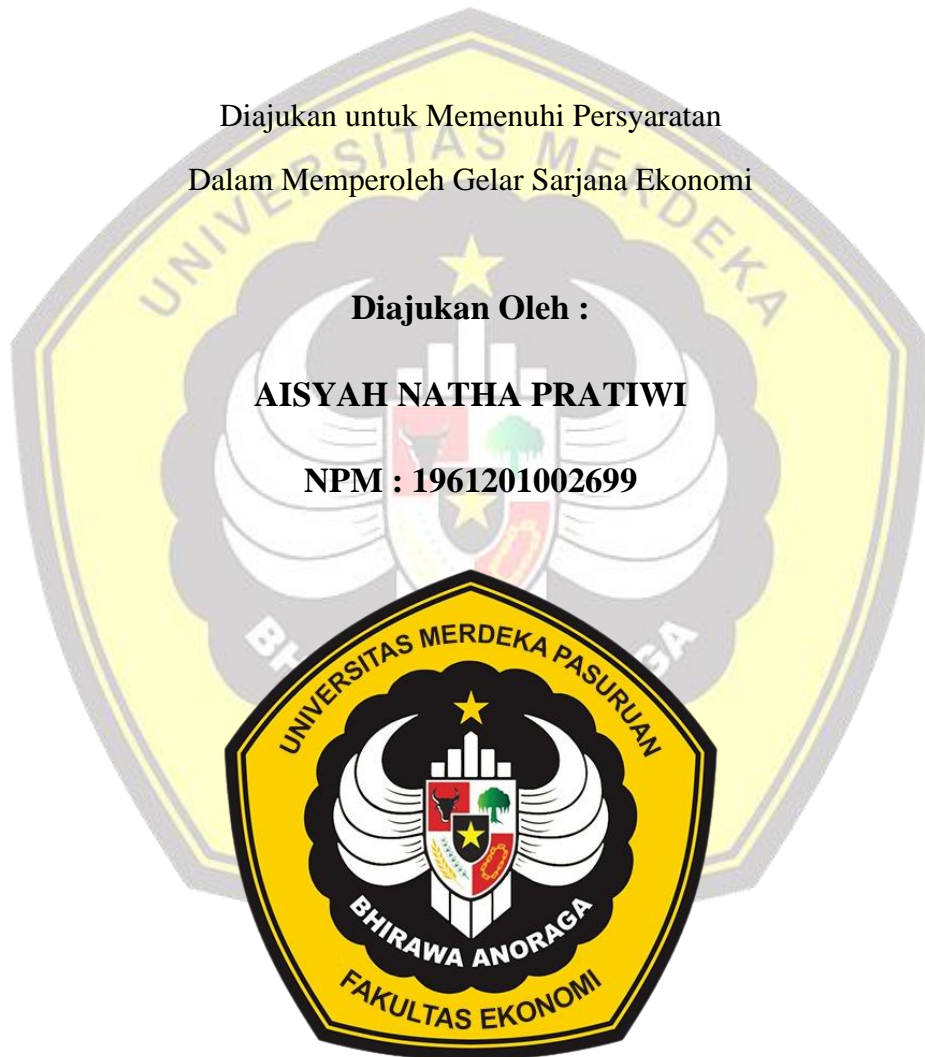
SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Diajukan Oleh :

AISYAH NATHA PRATIWI

NPM : 1961201002699



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI

Nama : Aisyah Natha Pratiwi
Nomor Induk Mahasiswa (NIM) : 1961201002699
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Proposal : Pengaruh *Brand Image* dan *Authenticity*
Terhadap *Customer Loyalty* Pada Rawon
Sakinah Bangilan.

Pasuruan, Agustus 2022

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing I



Nurul Akramiah, SE., MM.

Dosen Pembimbing II



Dyajeng Puteri Woro Subagio, SE., MM



Dekan

(Dra. A. Ratna Pudyarningsih, MM)

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi, pada tanggal 08 Agustus 2023

TIM PENGUJI:

1. Dr. Ir. Bambang Sutikno, MM 1. Ketua
2. Nurul Akramiah, S.E., MM 2. Sekretaris
3. Dyajeng Puteri Woro Subagio, S.E., MM 3. Anggota

Pengesahan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan

(Dra. A. Ratna Pudyarningsih, MM)

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

- Nama : Aisyah Natha Pratiwi
- Agama : Islam
- Alamat Rumah : Dusun Gerongan RT 001/RW 006, Desa Toyaning, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur 67181

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Brand Image* dan *Authenticity* Terhadap *Customer Loyalty* Di Rawon Sakinah Bangilan”

Adalah hasil karya ilmiah saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel : Thesis ataupun disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya 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, Agustus 2023

Yang membuat



Aisyah Natha Pratiwi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aisyah Natha Pratiwi

Nomor Pokok Mahasiswa : 1961201002699

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 01 Januari 2001

Alamat : Dusun Gerongan RT 001/RW 006, Desa Toyaning,
Kecamatan Rejoso, Kabupaten Pasuran, Jawa
Timur 67181

Nama orang tua :

a. Ayah : Alm. Achmad Nuryadi

b. Ibu : Mutamimah

Riwayat Pendidikan :

SDN Arjosari I (2007 – 2013)

SMPN 1 Grati (2013 – 2016)

SMAN 1 Grati (2016 – 2019)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Dan *Authenticity* Terhadap *Customer Loyalty* di Rumah Makan Sakinah”.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna namun berkat kehendak-Nya serta bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat tersusun. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Sulistyawati, M.P selaku Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan
2. Ibu Dra. A. Ratna Pudyaningsih, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi
3. Ibu Nurul Akramiah, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
4. Ibu Dyajeng Puteri Woro Subagio, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh dosen dan segenap staff di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan telah membantu serta memberi ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Keluarga tercinta, ibu dan kakak saya yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, motivasi dan doa yang dipanjatkan selama ini. terutama untuk alm. ayah saya yang telah menjadi penyemangat saya untuk menyelesaikan kuliah sampai mendapatkan gelar sarjana ekonomi.
7. Seluruh teman-teman mahasiswa/mahasiswi Universitas Merdeka Pasuruan tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi yang berarti bagi peneliti.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bias disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini baik dalam teknik penyajian maupun pembahasan serta keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna melengkapi segala kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Pasuruan, Agustus 2023



Aisyah Natha Pratiwi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. <i>Brand Image</i>	7
1. Pengertian <i>Brand Image</i>	7
2. Indikator <i>Brand Image</i>	8
B. <i>Authenticity</i>	9

1. Pengertian <i>Authenticity</i>	9
2. Indikator <i>Authenticity</i>	10
C. <i>Customer Loyalty</i>	11
1. Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	11
2. Jenis <i>Customer Loyalty</i>	12
3. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	14
D. Hubungan Antara Variabel Bebas (X) dengan Variabel Terikat (Y)	
1. Hubungan <i>Brand Image</i> dan <i>Authenticity</i> Dengan <i>Customer Loyalty</i>	15
2. Hubungan <i>Brand Image</i> Dengan <i>Customer Loyalty</i>	16
3. Hubungan <i>Authenticity</i> Dengan <i>Customer Loyalty</i>	17
E. Penelitian Terdahulu	19
F. Kerangka Konseptual	24
G. Hipotesis Penelitian	25

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel	26
B. Ruang Lingkup Penelitian	30
C. Lokasi Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel	30
E. Jenis dan Sumber Data	31
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Uji Instrumen Penelitian	34
H. Teknik Analisis Data	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	43
1. Gambaran Objek Penelitian	43
2. Uji Instrumen Penelitian	45
3. Deskripsi Data Penelitian	47
4. Uji Asumsi Klasik	61
5. Teknik Analisis Data	64
B. Pembahasan	70
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Authenticity</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	70
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	74
3. Pengaruh <i>Authenticity</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	75

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian	79
C. Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Matriks Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2 : Skor Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3 : Interval Kelas	38
Tabel 4 : Ringkasan Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 6 : Frekuensi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	56
Tabel 7 : Frekuensi Jawaban Variabel <i>Authenticity</i> (X2)	58
Tabel 8 : Frekuensi Jawaban Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	60
Tabel 9 : Hasil Uji <i>One Sample Kolmogrof-Smirnov</i>	62
Tabel 10 : Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 11 : Hasil Uji Linear Berganda	65
Tabel 12 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	67
Tabel 13 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	68
Tabel 14 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 : Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 2 : Menu Rawon Sakinah Bangilan	43
Gambar 3 : Rumah Makan Rawon Sakinah Bangilan.....	44
Gambar 4 : Lokasi Rumah Makan Rawon Sakinah Bangilan.....	45
Gambar 5 : Diagram Klasifikasi Usia Responden	48
Gambar 6 : Diagram Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	50
Gambar 7 : Diagram Klasifikasi Pendidikan Terakhir Responden	51
Gambar 8 : Diagram Klasifikasi Pendapatan Responden	52
Gambar 9 : Diagram Domisili Responden	53
Gambar 10 : Diagram Frekuensi Pembelian	54
Gambar 11 : Diagram Menu Yang Pernah Dibeli	55
Gambar 12 : Hasil Uji Heterokedastisitas	64

Pengaruh *Brand Image* dan *Authenticity* Terhadap *Customer Loyalty* Di Rawon Sakinah Bangilan

Aisyah Natha Pratiwi¹, Nurul Akramiah², Dyajeng Puteri Woro Subagio³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

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

E-mail: aisyahnatha.anahatha@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,

dyajengsubagio@gmail.com³

Abstrak

Fenomena persaingan bisnis kuliner semakin menajam seiring dengan berjalannya waktu. Bisnis kuliner makanan glonal kini telah tersebar di Pasuruan, sehingga kuliner local mulai terlupakan. Pasuruan memiliki banyak rumah makan yang menyediakan berbagai makanan khas Pasuruan, dimana salah satunya ada nasi rawon. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *brand image* dan *authenticity* terhadap *customer loyalty* pada Rawon Sakinah Bangilan. Populasi yang digunakan adalah pelanggan Rawon Sakinah Bangilan yang pernah membeli minimal dua kali untuk konsumsi pribadi dan pernah menu lainnya selain rawon. Metode sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Menggunakan rumus Hair, *et al* ditemukan sampel sejumlah 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan software SPSS untuk menganalisis data. Analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi. Penelitian menunjukkan hasil bahwa *brand image* dan *authenticity* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada Rawon Sakinah Bangilan. *Brand image* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Rawon Selanjutnya Sakinah Bangilan. *Authenticity* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada rawon Sakinah bangilan.

Kata kunci: *brand image, authenticity, customer loyalty*