

Pengaruh *Brand Image* SilverQueen terhadap Loyalitas

Pelanggan pada *Followers* @silverqueenid



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

BAGUS BIMA ADI NUGRAHA

190906895

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh *Brand Image* SilverQueen terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Followers*
@silverqueenid**

SKRIPSI

**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

disusun oleh :

BAGUS BIMA ADI NUGRAHA

190906895

disetujui oleh :



Meganusa Ludvianto, S.I.P., M.Comm

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
TAHUN**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* SilverQueen terhadap Loyalitas Pelanggan pada *Followers @silverqueenid*

Penyusun : Bagus Bima Adi Nugraha

NPM : 190906895

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Kamis, 4 April 2024

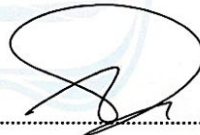
Pukul : 10.30 WIB

Tempat : Ruang Pendaran 2 Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos,MA.,Dr.Phil

Penguji Utama



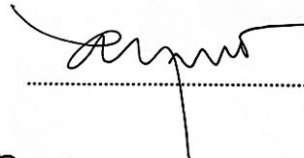
Meganusa Ludvianto, S.I.P.,M.Comm

Penguji I



Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji II



Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., MA

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi / Sosiologi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Bagus Bima Adi Nugraha
NPM : 190906895
Program Studi : Sosiologi/S1 Ilmu Komunikasi/S2 Ilmu Komunikasi *)
Judul Karya Tulis : Pengaruh Brand Image SilverQueen terhadap Loyalitas Pelanggan Followers @silverqueenid

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 25-03-2024

Saya yang menyatakan



Bagus Bima Adi Nugraha

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang sudah memberikan kesehatan, kesempatan, dan berkat lainnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagai satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana.

Kepada Ibunda yang sangat saya sayangi, beliau memiliki mimpi agar anaknya bisa mendapatkan pendidikan yang tinggi dan menjadi seseorang yang mampu bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri serta bermanfaat bagi orang lain. Oleh sebab itu, tulisan ini sebagai salah satu cara untuk mewujudkan keinginan beliau. Terima kasih untuk segala dukungan, doa, dan pengorbanan yang dilakukan sampai detik ini.

Kepada dosen pembimbing yang saya hormati, Bapak Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm. Saya mengucapkan terima kasih atas bimbingan dan kesempatannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Semoga Tuhan selalu menyertai langkah yang bapak lalui.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi berkat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul PENGARUH BRAND IMAGE SILVERQUEEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA FOLLOWERS @SILVERQUEENID. Tidak henti-hentinya peneliti mengucapkan terima kasih pada pihak yang telah senantiasa berpartisipasi membantu, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dukungan, nasihat, serta doa yang diberikan kepada peneliti sangat berarti bagi peneliti. Ucapan terimakasih dengan tulus penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menjadi tempat peneliti berkeluh kesah, dan menjadi pencerah kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ibunda tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa dalam penulis menyelesaikan perkuliahan hingga selesainya tugas akhir ini.
3. Kurnia Hardani yang selalu menemani peneliti dan memberikan dukungan terbaik ketika peneliti merasa malas menyelesaikan kuliah.
4. Bapak Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah mengarahkan peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Diri sendiri yang sudah berjuang sampai akhir untuk menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 26 Maret 2024



Peneliti

Bagus Bima Adi Nugraha

Bagus Bima Adi Nugraha

No. Mhs: 190906895

**Pengaruh *Brand Image* SilverQueen terhadap Loyalitas Pelanggan pada
*Followers @silverqueenid***

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* Silverqueen terhadap loyalitas pelanggan pada *followers* Instagram @silverqueenid. Data pada Goodstatsid (2023) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih banyak yang mengenali SilverQueen sebagai merek coklat batangan dari luar negeri. Menurut Tjiptono (2011) bahwa *brand image* yang terdapat pada sebuah merek menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Oleh karena itu, citra merek yang positif akan semakin penting bagi suatu produk dan loyalitas mudah diperoleh. Subjek dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @silverqueenid dimana Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh SilverQueen sebagai *platform* promosi, informasi, dan komunikasi.

Brand image menurut Biels dalam Rizal, dkk (2016) diukur dari tiga indikator yakni citra merek, citra produk, dan citra pemakai sehingga dapat melihat pandangan *followers* Instagram @silverqueenid terhadap merek SilverQueen. Pandangan konsumen yang positif terhadap merek akan mampu memberikan manfaat berupa kemungkinan lebih besar untuk melakukan pembelian produk atau menunjukkan loyalitasnya kepada merek (Sitorus, dkk, 2020:106). Loyalitas pelanggan dapat diukur melalui enam indikator, diantaranya adalah pembelian berulang, kebiasaan mengonsumsi merek, selalu menyukai merek, tetap memilih merek, yakin bahwa merek tersebut yang terbaik, dan merekomendasikan merek kepada orang lain (Tjiptono, 2014). Hubungan pengaruh dari *brand image* terhadap loyalitas pelanggan ini tergolong penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan 100 responden hasil dari *purposive sampling* yang menggambarkan *followers* Instagram @silverqueenid. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi untuk menunjukkan hubungan variabel dan uji regresi linear sederhana untuk menunjukkan hubungan pengaruh antar variabel.

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang kuat dan signifikan dari variabel *brand image* SilverQueen terhadap loyalitas pelanggan oleh *followers* Instagram @silverqueenid yakni sebesar 40,3%.

Kata Kunci: Brand Image, Loyalitas Pelanggan, SilverQueen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang	2
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Kerangka Teori	9
1. Merek (<i>Brand</i>).....	10
2. <i>Brand Image</i>	11
3. Loyalitas Pelanggan	14
F. Kerangka Konsep	15
1. <i>Brand Image</i> (Variabel X)	16

2.	Loyalitas Pelanggan (Variabel Y).....	18
G.	Definisi Operasional.....	20
H.	Hipotesis	24
I.	Metodologi Penelitian	25
1.	Metode Penelitian.....	25
2.	Jenis Penelitian.....	25
3.	Sumber Data.....	26
4.	Jenis Data	27
5.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
6.	Populasi.....	27
7.	Sampel dan Teknik Sampling	28
8.	Metode Pengukuran Data.....	29
9.	Metode Pengujian Instrumen	30
10.	Teknik Analisis Data.....	34
BAB II	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	37
A.	SilverQueen Indonesia	37
B.	Akun Instagram @silverqueeid	39
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A.	Hasil Temuan Data	42
1.	Deskripsi Distribusi Frekuensi.....	42
2.	Hasil Uji Korelasi.....	84
3.	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	85
4.	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	88
B.	Pembahasan	89
BAB IV	96
PENUTUP	96
A.	Kesimpulan	96
B.	Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA..... 98
LAMPIRAN 100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel	20
Tabel 2. Skor Skala Likert	30
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X)	31
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	32
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 6. Nilai Interpretasi Korelasi Pearson	35
Tabel 7. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel X.....	45
Tabel 8. Kategorisasi Kelas Interval Rata-Rata Jawaban Kuesioner.....	47
Tabel 9. Interval Item Pernyataan X1	47
Tabel 10. Interval Item Pernyataan X2	48
Tabel 11. Interval Item Pernyataan X3	49
Tabel 12. Interval Item Pernyataan X4	50
Tabel 13. Interval Item Pernyataan X5	51
Tabel 14. Interval Item Pernyataan X6	52
Tabel 15. Interval Item Pernyataan X7	53
Tabel 16. Interval Item Pernyataan X8	54
Tabel 17. Interval Item Pernyataan X9	54
Tabel 18. Interval Item Pernyataan X10	55
Tabel 19. Interval Item Pernyataan X11	56
Tabel 20. Interval Item Pernyataan X12	57
Tabel 21. Interval Item Pernyataan X13	58
Tabel 22. Interval Item Pernyataan X14	59
Tabel 23. Interval Item Pernyataan X15	60
Tabel 24. Interval Item Pernyataan X16	61
Tabel 25. Interval Item Pernyataan X17	62
Tabel 26. Interval Item Pernyataan X18	63
Tabel 27. Interval Item Pernyataan X19	64
Tabel 28. Interval Item Pernyataan X20	65
Tabel 29. Interval Item Pernyataan X21	66
Tabel 30. Interval Item Pernyataan X22	67

Tabel 31. Interval Item Pernyataan X23	68
Tabel 32. Interval Item Pernyataan X24	69
Tabel 33. Interval Item Pernyataan X25	70
Tabel 34. Interval Item Pernyataan X26	71
Tabel 35. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Y.....	71
Tabel 36. Kategorisasi Kelas Interval Rata-Rata Jawaban Kuesioner.....	73
Tabel 37. Interval Item Pernyataan Y1	73
Tabel 38. Interval Item Pernyataan Y2	74
Tabel 39. Interval Item Pernyataan Y3	75
Tabel 40. Interval Item Pernyataan Y4.....	76
Tabel 41. Interval Item Pernyataan Y5	77
Tabel 42. Interval Item Pernyataan Y6.....	78
Tabel 43. Interval Item Pernyataan Y7	79
Tabel 44. Interval Item Pernyataan Y8	80
Tabel 45. Interval Item Pernyataan Y9	81
Tabel 46. Interval Item Pernyataan Y10.....	82
Tabel 47. Interval Item Pernyataan Y11	82
Tabel 48. Interval Item Pernyataan Y12	83
Tabel 49. Nilai Interpretasi Korelasi Pearson	84
Tabel 50. Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi Pearson	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Hasil Komparasi Top Brand Award Kategori Makanan dan Minuman Sub Kategori Coklat Batang Tahun 2019 - 2023.....	3
Gambar 2. Hasil Data Brand Lokal Favorit yang Sering Dianggap Produk Luar Negeri.....	4
Gambar 3. Kerangka Konsep.....	20
Gambar 4. Produk SilverQueen.....	38
Gambar 5. Kolaborasi SilverQueen dengan Wonderful Indonesia #IniIndonesiaku.....	39
Gambar 6. Profil Akun Instagram @silverqueenid.....	39
Gambar 7. Konten Persuasif Design Kemasan SilverQueen Ini Indonesiaku.....	40
Gambar 8. Hasil Uji Korelasi Pearson.....	85
Gambar 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (<i>Model Summary</i>).....	86
Gambar 10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (ANOVA).....	86
Gambar 11. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana (<i>Coefficients</i>).....	87
Gambar 12. Hasil Uji T.....	89

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	42
Diagram 2. Distribusi Frekuensi Usia Responden.....	43
Diagram 3. Distribusi Frekuensi Pengeluaran Bulanan Responden.....	43
Diagram 4. Distribusi Frekuensi Status Pekerjaan Responden.....	44
Diagram 5. Distribusi Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden	45