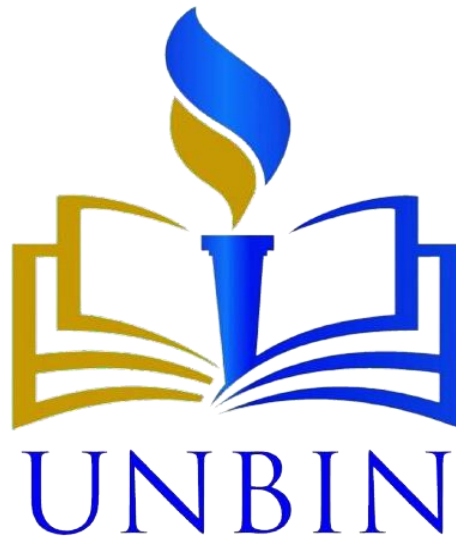


**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA SPBU
PAJAJARAN 34.16102 PERTAMINA
KOTA BOGOR**

**SKRIPSI
DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**



**KHARIZ GYLBRAN
19210117**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Khariz Gylbran
NPM : 19210117
**Judul : Pengaruh *Brand Image* Dan Harga Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pada Spbu Pajajaran 34.16102 Pertamina
Kota Bogor**

Disetujui:

Dosen Pembimbing

(Sumardjono, SE.,MM)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Dimas Ari Darmantyo, S.Pi, M.Sc.)

Mengetahui:

Ketua Prodi

Ketua Prodi

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

(Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sebagai suri teladan umat manusia. Berkat izin dan pertolongan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *HARGA* TERHADAP *LOYALITAS PELANGGAN* PADA SPBU PAJAJARAN 34.16102 PERTAMINA KOTA BOGOR”** sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa mendatang.

Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi selama proses penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia Bogor.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, S.E., M.Ak., selaku Wakil Rektor I Universitas Binaniaga Indonesia Bogor, dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si, M.Kom., selaku Wakil Rektor II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M., selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.

4. Bapak Sumardjono, S.E, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, serta bimbingan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah berbagi ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
6. Keluarga tercinta, terutama Ibu, Ayah, dan saudara-saudara, atas segala doa, dukungan moral, dan semangat yang tak ternilai.
7. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan yang senantiasa memberikan semangat, tawa, dan kebersamaan selama proses penyusunan skripsi, khususnya Kang Gendang, Combro Padang, Bukit Basecamp, Luthvi Fatahillah, dan Siti Samirah.
8. Seluruh staf dan karyawan Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu kelancaran proses administrasi dan teknis selama penulisan skripsi ini.
9. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.
10. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi almamater tercinta serta pembaca secara umum.

Bogor, Januari 2024

Khariz Gylbran

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
G. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Kajian Teori	17
1. Pemasaran	17
2. Manajemen Pemasaran	18
3. <i>Brand Image</i>	19
4. Harga.....	25
5. Loyalitas Pelanggan.....	32
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pemikiran.....	41

D. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Metode Penelitian.....	44
B. Pendekatan Penelitian.....	44
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
D. Variabel Penelitian	45
E. Operasional Variabel.....	46
F. Populasi dan Sampel	47
G. Jenis dan Sumber Data	59
H. Metode Analisis Data	51
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
2. Uji Asumsi Klasik	52
3. Analisis Statistik Deskriptif	55
4. Analisis Kolerasi	57
5. Analisis Regresi Linier Berganda	57
6. Uji Hipotesis.....	58
7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Gambaran Mengenai Objek Penelitian	61
B. Profil Responden.....	61
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	63
D. Uji Asummsi Klasik	64
E. Analisis Statistik Deskriptif	68
F. Analisis Kolerasi	70
G. Analisis Regresi Linier Berganda	70

H. Uji Hipotesis Regresi.....	71
I. Analisis Koefisien Determinasi (R^2 / Adjusted R^2)	72
J. Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABLE

	Halaman
Tabel 1. Pra-Survey Brand Image	8
Tabel 2. Pra-Survey Harga	9
Tabel 3. Pra-Survey Loyalitas Pelanggan	10
Tabel 4. Research Gap	11
Tabel 5. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 6. Oprasional Variable	46
Tabel 7. Skala Likert	51
Tabel 8. Interval Nilai	54
Tabel 9. Skala Likert.....	54
Table 10. Interpretasi koefisien kolerasi	57
Tabel 11. Profil Responden.....	62
Tabel 12. Hasil Uji Validitas	63
Tabel 13. Interval Reliabilitas	64
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 16. Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 17. Uji Linearitas <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas pelanggan.....	67
Tabel 18. Uji Linearitas Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 19. Distribusi Ferkuensi <i>Brand Image</i>	68
Tabel 20. Distribusi Ferkuensi Harga	69
Tabel 21. Distribusi Ferkuensi Loyalitas Pelanggan	69

Tabel 22. Hasil Analisis Kolerasi	70
Tabel 23. Hasil Regresi Linier Berganda	70
Tabel 24. Uji T (Parsal)	71
Tabel 25. Uji F (Simultan)	72
Tabel 26. Analisis Koefisien Determinasi (R^2 /Adjusted R^2)	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Pemberitaan Dugaan Kasus Korupsi Di Pertamina	2
Gambar 2. Kepercayaan Publik Pada Pertamina Menurun	3
Gambar 3. Jumlah Spbu Di Kota Bogor	4
Gambar 4. Persentase volume kendaraan pada 1 hari kerja	6
Gambar 5. Jumlah Smp/Jam	6
Gambar 6. Harga Rata-Rata Perbulan.....	7
Gambar 7. Kerangka Pemikiran	41
Gambar 8. Hasil Uji Normalitas	65
Gambar 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Table Responden	84
Lampiran 2. Perbandingan HARGA Dari Kompetitor Pertamina	86
Lampiran 3. Kuesioner Penelitian	87