



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
OPPO  
(Survei Kepada Anggota Komunitas Android Nusantara di Facebook)**

**SKRIPSI**



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Retrivia Tonadi

12140110273

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG

2016

## LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Dengan ini saya :

Nama : Retrivia Tonadi  
NIM : 12140110273  
Program Studi : *Public Relations*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 September 2016

Retrivia Tonadi

# HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo (Survei Kepada Anggota Komunitas Android Nusantara di *Facebook*”

Oleh Retrivia Tonadi

Telah diajukan pada hari Jumat, 9 September 2016,  
Pukul 14.00 – 15.30 dan dinyatakan lulus  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**

Inco Harry Perdana, S. Ikom., M.Si.

**Penguji Ahli**

Dian Anggraeni, S.S., M.Si.

**Dosen Pembimbing**

C. Eko Saputro., S.E., M.M

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**

Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karuniaNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo (Survei kepada Anggota Komunitas Android Nusantara di *Facebook*)” dalam rangka memenuhi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam pembuatan skripsi ini, peneliti selalu diberi dukungan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin berterima kasih kepada :

1. Calvin Eko Hadi Saputro, S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing yang banyak memberikan masukan serta senantiasa membimbing saya dengan sabar dalam penyusunan skripsi.
2. Dian Anggraeni, S.S., M.Si. dan Inco Harry Perdana, S. Ikom., M.Si. selaku dosen penguji ahli dan ketua sidang yang memberikan saran-saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini.
3. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Orang tua beserta anggota keluarga peneliti yang selalu memberikan motivasi serta semangat yang tak henti. Terutama orang tua yang telah membiayai kuliah penulis selama 4 tahun.
4. Jansen Setiawan yang selalu setia menemani dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi sehingga dapat selesai tepat waktu.

5. Terima kasih kepada sahabat HMM : Sisca, Grace, Martha, Lavie, Pamela, Maria, Jani, Thomas, Samuel, Michael, Reynard, Fran, Ivan, dan Adrian yang senantiasa memberi dukungan dan masukan yang bermanfaat selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Terima kasih buat teman-teman seperjuangan skripsi : Cindy, Icha, Malvin, dan Arline. Tanpa kalian, semangat juang skripsi akan mudah sekali melemah.
7. Terima kasih untuk *flower fairies* dari Irene & Flowers : Irene Ibrani, Gracia Sheila, Earlene Nathania, dan Monita Aurora atas segala bantuannya dalam hal pekerjaan maupun dukungan semangat bagi penulis.
8. Terima kasih untuk teman-teman barista dari Turning Point Coffee yang selalu mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih untuk Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan saya kesempatan memulai dan mengakhiri cerita kehidupan kampus selama 4 tahun.
10. Terima kasih untuk para responden yang telah menjawab kuisisioner sehingga pengolahan data dalam skripsi ini dapat dilakukan.

Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca. Peneliti menyadari adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menerima segala kritik maupun saran terkait dengan penulisan skripsi ini.

Tangerang, 13 September 2016

Retrivia Tonadi

# ABSTRAK

## Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo

(Survei pada anggota Komunitas Android Nusantara di Facebook)

Oleh : Retrivia Tonadi

Maraknya industri *smartphone* saat ini mendorong perusahaan – perusahaan besar yang bergerak di bidang telekomunikasi saling berlomba untuk menguasai pangsa pasar. Konsumen merupakan aset penting perusahaan agar dapat terus bertahan di dalam persaingan ini. Untuk itu, perusahaan tidak hanya fokus untuk menarik konsumen baru tetapi berbagai strategi dan program – program komunikasi perlu dijalankan untuk mempertahankan konsumen lama. Loyalitas konsumen dapat dilihat dari kecenderungan mereka untuk memilih merek atau *brand* yang sudah dipercayai. Citra merek memiliki peran penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Kita dapat dengan mudah menilai sebuah produk hanya melalui citra merek itu sendiri ataupun gabungan dari keduanya. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas konsumen Oppo.

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori perilaku konsumen dan konsep citra merek terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan 400 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang mengisi data kuisisioner. Selain itu, penelitian ini juga dilengkapi dengan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil korelasi Spearman menunjukkan adanya pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Oppo. Hubungan yang didapatkan menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Maka simpulan dari penelitian ini adalah citra merek mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata kunci : loyalitas konsumen, citra merek, dan perilaku konsumen

# **ABSTRACT**

## **The Impact of Brand Image on Customer Loyalty Oppo (Survey on Komunitas Android Nusantara on Facebook)**

**By : Retrivia Tonadi**

The rise of the smartphone industry is currently pushing companies - large companies engaged in telecommunications vying with each other for market share. Consumers are an important asset of the company to continue to survive in this competition. To that end, the company not only focus to attract new customers but a range of strategies and programs - communication program needs to be run to retain old customers. Customer loyalty can be seen from their tendency to choose the brand or brand that is trusted. Brand image has an important role in maintaining customer loyalty. We can easily assess a product only through the brand image itself or a combination of both. The problems of this study is whether there is the influence of brand image on consumer loyalty.

In this study, the theory used is the theory of consumer behavior and the concept of brand image on consumer loyalty. This study uses a quantitative approach, with 400 respondents using purposive sampling technique, which filled out the questionnaire. In addition, this study also equipped with literature. Data were analyzed using simple linear regression.

Spearman correlation results show the influence of brand image to consumer loyalty Oppo. Relationships obtained show a very strong relationship. So the conclusion from this study is the brand image affects customer loyalty.

Keywords : Customer Loyalty, Brand Image, Consumer Behavior



# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II .....	13
KERANGKA PEMIKIRAN .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Teori Consumer Behavior .....	14
2.3 Konsep .....	15
2.3.1 <i>Public Relations</i> .....	15
2.3.2 Citra .....	16
2.3.3 Merek .....	18
2.3.4 Citra Merek .....	19
2.3.5 Loyalitas Konsumen .....	
2.3.5.1 Tingkatan Loyalitas .....	31
2.3.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	34
2.3.5.3 Cara Mengukur Loyalitas Pelanggan .....	37
2.4 Hipotesis Penelitian .....	38
2.5 Kerangka Konseptual .....	39

BAB III.....	48
METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Populasi dan Sampel.....	51
3.3.1 Populasi.....	51
3.3.2 Sampel.....	52
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.5 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	60
3.7.1 Uji Validitas.....	61
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.8 Teknik Analisis Data.....	68
BAB IV.....	80
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	80
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	80
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	80
4.2 Hasil Penelitian.....	81
4.2.1 Identitas Responden.....	81
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
4.2.1.2 Berdasarkan Usia.....	83
4.2.1.3 Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	84
4.2.1.4 Berdasarkan Wilayah.....	85
4.2.2 Hasil Data dan Jawaban Responden.....	86
4.2.2.1 Variabel Citra Merek.....	87
4.2.2.3 Variabel Loyalitas Konsumen.....	90
4.2.2.4 Uji Korelasi.....	99
4.2.2.5 Analisis Agresi Linier Sederhana.....	100
BAB V.....	113
PENUTUP.....	113
5.1 Simpulan.....	113

5.2 Saran .....	114
5.2.1 Saran Akademis .....	114
5.2.2 Saran Praktis .....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	123
LAMPIRAN.....	129



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 Smartphone Vendors Based on Market Share .....	6
Tabel 1.2 Pangsa Pasar Sistem Operasi Telefon Genggam di Indonesia Periode Januari 2012 sampai Juli 2016 .....	7
Tabel 1.3 Top Five Smartphone Vendors Q1 2016.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep (Variabel X dan Y) .....	50
Tabel 3.2 Skor Skala Likert.....	60
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X Citra Merek .....	63
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y Loyalitas Konsumen .....	64
Tabel 3.5 Nilai Cronbach's Alpha.....	66
Tabel 3.6 Nilai Cronbach's Alpha Variabel Citra Merek .....	66
Tabel 3.7 Nilai Cronbach's Alpha Variabel Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan .....	76
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Wilayah .....	77
Tabel 4.5 Oppo memiliki fitur dan desain produk yg premium.....	78
Tabel 4.6 Oppo memiliki teknologi inovatif (pengisian daya baterai yang cepat karena teknologi VOOC, kamera berkualitas/ <i>selfie expert</i> , dll) .....	79

Tabel 4.7 Harga Oppo relatif terjangkau apabila dibandingkan dengan manfaat yang saya peroleh.....	80
Tabel 4.8 Saya merasa percaya diri menggunakan Oppo (tidak malu, bangga) .....	81
Tabel 4.9 Kualitas Oppo memuaskan dan menguntungkan saya (membantu dalam pekerjaan dan aktifitas saya ).....	82
Tabel 4.10 Oppo menyediakan solusi bagi ekspektasi saya.....	83
Tabel 4.11 Kualitas Oppo secara efektif dan efisien memuaskan kebutuhan saya daripada merek .....	84
Tabel 4.12 Saya yakin kepada pesan yang disampaikan lewat iklan bahwa Oppo adalah produk yang berkualitas (Iklan Tv, di media sosial, dll) .....	85
Tabel 4.13 Chelsea Islan dan Reza Rahardian sebagai brand ambassador Oppo mampu meyakinkan saya akan kualitas Oppo .....	86
Tabel 4.14 Oppo merupakan produk unggul yang sejajar dengan pesaing – pesaingnya	87
Tabel 4.15 Oppo adalah handphone dengan desain premium dan fitur canggih dengan harga yang relatif tidak tinggi .....	88
Tabel 4.16 Oppo merupakan produk asal Cina yang berkualitas (awet, tidak cepat rusak, canggih, dll).....	89
Tabel 4.17 Saya akan kembali membeli produk Oppo .....	90
Tabel 4.18 Saya tertarik untuk membeli produk Oppo lainnya selain yg saya gunakan saat ini.....	91
Tabel 4.19 Saya menilai bahwa harga Oppo sesuai dengan manfaat yang saya peroleh .....	92
Tabel 4.20 Saya tidak keberatan dengan harga Oppo .....	93
Tabel 4.21 Saya terdorong untuk merekomendasikan Oppo kepada orang lain .....	94

Tabel 4.22 Saya ingin menceritakan kelebihan – kelebihan merek Oppo kepada orang lain .....	95
Tabel 4.23 Saya bersedia untuk membeli produk Oppo lainnya di kemudian hari.....	96
Tabel 4.24 Saya tertarik dengan produk Oppo lainnya .....	97
Tabel 4.25 Nilai Koefisien Korelasi.....	98
Tabel 4.26 Uji Korelasi .....	99
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi.....	100
Tabel 4.28 Uji ANOVA .....	101
Tabel 4.29 Uji Regresi Sederhana.....	102
Tabel 5.1 Ringkasan Karakteristik Variabel dan Indikator.....	109

UMMN

## DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR

Bagan 2.1 Piramida Loyalitas .....	31
Bagan 2.2 Bagan Kerangka Teoritis .....	40
Gambar 4.1 Bisnis Global Oppo .....	72



UMN