

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK MILAGROS
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN MASYARAKAT DESA
MARGA BHAKTI**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:
Esta Damaya Bakti
20.96.1785

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, EKUITAS MEREK MILAGROS TERHADAP
LOYALITAS PEMBELIAN MASYARAKAT DESA MARGA BHAKTI
SKRIPSI**



Disusun oleh:

**Esta Damaya Bkti
20.96.1785**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek Milagros Terhadap Loyalitas Pembelian

Masyarakat Desa Marga Bhakti

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Esta Damaya Bakti
20.96.1785

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada ... (tanggal bln tahun)

Dosen Pembimbing,



Riski Danastuti, S.Sos., M.A.
NIK. 190302475

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

Pengaruh Citra Merek, Ekuitas Merek Milagros Terhadap Loyalitas Pembelian

Masyarakat Desa Marga Bhakti

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Esta Damaya Bakti

20.96.1785

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 28 Maret 2025

Nama Penguji

Yulinda Erlistvarini, S.I.Kom., M.Med.

NIK. 190302485

Rufki Ade Vinanda, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302657

Riski Damastuti, S.Sos., M.A

NIK. 190302475

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
(4 Juni 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi S.T., M.Kom., Ph.D.

NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 13 Juni 2025



Esta Damaya Bakti
20.96.1785

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Riski Damastuti,S.Sos.,M.A Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, kritik dan saran selama proses penulisan skripsi ini.
4. Sarti selaku distributor Milagros di Desa Marg Bhakti yang telah memberikan banyak informasi dan data mengenai Milagros
5. Kepada Cinta pertama penulis, Ayahanda Rully. Terima kasih telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpinya, serta doa support dan motivasi yang selalu membuat penulis percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Semoga Allah. SWT selalu memberikan kesehatan dan umur panjang.
6. Pintu surga penulis, Ibunda Suprihatin. Mustahil penulis mampu melewati semua permasalahan yang penulis alami selama ini jika tanpa doa, ridho, dan dukungan dari beliau. Terimakasih ibu, berkatmu, ternyata penulis mampu menyelesaikan skripsi hinggaakhir ini. Semoga ibu sehat selalu, Panjang umur dan bahagia selalu.
7. Kepada kakak kandung penulis Rudi Iskandar, serta kakak ipar penulis Rizky Wijayanti. Serta adik ipar penulis Fakhri Haidar Aka. Terima kasih telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi selama penulis mengerjakan skripsi hingga selesai.
8. Kepada kedua sahabat saya selama bangku perkuliahan Julita Dian Pramisti dan Putria Desti Anjani yang selalu memberikan banyak *support* dan menerima segala keluh kesah saya dalam berbagai hal termasuk dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepada keponakan-keponakan tercinta Alferin Salsabila dan Cindra Azzahra, terimakasih

atas *support* kalian yang membuat penulis semangat dan selalu membuat penulis tertawa. Sehingga penulis semangat untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai

10. Kepada sahabat saya yang sudah dianggap sebagai keluarga sendiri Shinta Nauli, dan Juwita Syafitri, terimakasih atas dukungannya selama ini dan selalu memberikan semangat. Semoga kita semua menjadi orang sukses
11. Kepada sahabat saya sejak SMA hingga Kuliah ini Lidya Cindana, Putri Dewi, dan Monika Safitri yang telah kebersamaan penulis selama ini dan selalu memberikan support system baik semangat maupun doa doa terbaik. Semoga kita menjadi orang sukses
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Yoga Adi Yusufa. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, waktu maupun tenaga. Terimakasih telah menjadi bagian dalam perjalanan penyusunan hingga penyusunan skripsi ini selesai
13. Yang terakhir saya ingin berterimakasih kepada diri saya sendiri Esta Damaya Bekti. Penulisan skripsi ini membawa perubahan yang besar bagi diri saya. Saya belajar banyak hal dalam manage waktu, manage prioritas pekerjaan, manage mood dan kestabilan diri serta mempertimbangkan kesehatan. Terimakasih kepada diri ini, karena telah berusaha dengan giat serta dapat mengendalikan kestabilan diri untuk dapat menyelesaikan tanggung jawab sebagai seorang mahasiswa dan telah bertanggung jawab atas kesempatan Pendidikan yang telah diberikan oleh kedua orang tua. Penulis juga menyadari bahwa pada penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena adanya keterbatasan pada kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, penulis memohon maaf dan bersedia apabila ada kritikan yang membangun.

Harapan penulis, penyusunan penelitian ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 13 Juni 2025
Penyusun


Esta Damaya Bekti

DAFTAR ISI

PENGARUH CITRA MEREK EKUITAS MEREK MILAGROS TERHADAP KEPUTUSAN LOYALITAS PEMBELIAN MASYARAKAT DESA MARGA BHAKTI.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT (In English).....	xii
ABSTRAK (Bahasa Indonesia)	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Bab	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori.....	22
2.2.1 Teori Stimulus - Respon (S-R).....	22
2.3 Landasan Konsep.....	23
2.4 Model Hubungan Antar Variabel	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN	29
3.1 Paradigma Penelitian.....	29
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.5 Jenis dan Sumber Data	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	39

3.7.1	Uji Kualitas Data.....	39
3.7.2	uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3	Uji Hipotesis.....	42
3.7.4	Uji T statistik.....	42
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		44
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	44
4.2	Uji Validitas	44
4.3	Uji Reliabilitas.....	45
4.4	Karakteristik Responden	46
4.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	47
4.5	Analisis Deskriptif Tingkat Capaian Responden (TCR).....	47
4.5.1	Analisis Jawaban Citra Merek	53
4.5.2	Analisis Ekuitas Merek.....	56
4.5.3	Analisis Loyalitas Konsumen	59
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.7	Uji Ketetapan Model.....	62
4.8	Pembahasan.....	63
4.8.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63
4.8.2	Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	64
BAB V PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
Lampiran		

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Daftar Harga Milagros.....	7
Table 1. 2 Laporan Penjualan Milagros.....	8
Table 1. 3 Laporan Penjualan Milagros.....	8
Table 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Table 4. 1 Uji Validitas SPSS VERSI 27.....	44
Table 4. 2 Uji Reliabilitas SPSS versi 27.....	45
Table 4. 3 Jenis Kelamin.....	46
Table 4. 4 Usia.....	46
Table 4. 5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili.....	47
Table 4. 6 Interval Berdasarkan Rata-Rata	48
Table 4. 7 TCR Variable Citra Merek	48
Table 4. 8 TCR Ekuitas Merek	49
Table 4. 9 TCR Loyalitas Konsumen.....	52
Table 4. 10 Indikator Relevant Pernyataan 1	53
Table 4. 11 TCR Indikator Relevant Pernyataan 2	54
Table 4. 12 TCR Indikator Relevant Pernyataan 3	54
Table 4. 13 TCR Indikator Relevant Pernyataan 4	55
Table 4. 14 TCR Indikator Relevant Pernyataan 5	55
Table 4. 15 TCR Indikator Relevant Pernyataan 6	55
Table 4. 16 TCR Indikator Relevant Pernyataan 7	56
Table 4. 17 TCR Indikator Relevant Pernyataan 8	56
Table 4. 18 TCR Indikator Relevant Pernyataan 9	57
Table 4. 19 Indikator Relevant Pernyataan 10.....	57
Table 4. 20 TCR Indikator Pernyataan 11.....	57
Table 4. 21 TCR Indikator Relevant Pernyataan 12.....	58
Table 4. 22 TCR Indikator Relevant Pernyataan 13.....	58
Table 4. 23 TCR Indikator Relevant Pernyataan 14.....	58
Table 4. 24 TCR Indikator Relevant Pernyataan 15.....	59
Table 4. 25 TCR Indikator Relevant Pernyataan 16.....	59
Table 4. 26 TCR Indikator Relevant Pernyataan 17.....	59
Table 4. 27 TCR Indikator Relevant Pernyataan 18.....	60
Table 4. 28 TCR Indikator Relevant Pernyataan 19.....	60
Table 4. 29 TCR Indikator Relevant Pernyataan 20.....	60
Table 4. 30 TCR Indikator Relevant Pernyataan 21.....	61
Table 4. 31 TCR Indikator Relevant Pernyataan 22.....	61
Table 4. 32 Table Uji Regresi Linear Berganda SPSS Versi 27.....	61
Table 4. 33 R ²	62

DAFTAR GAMBAR

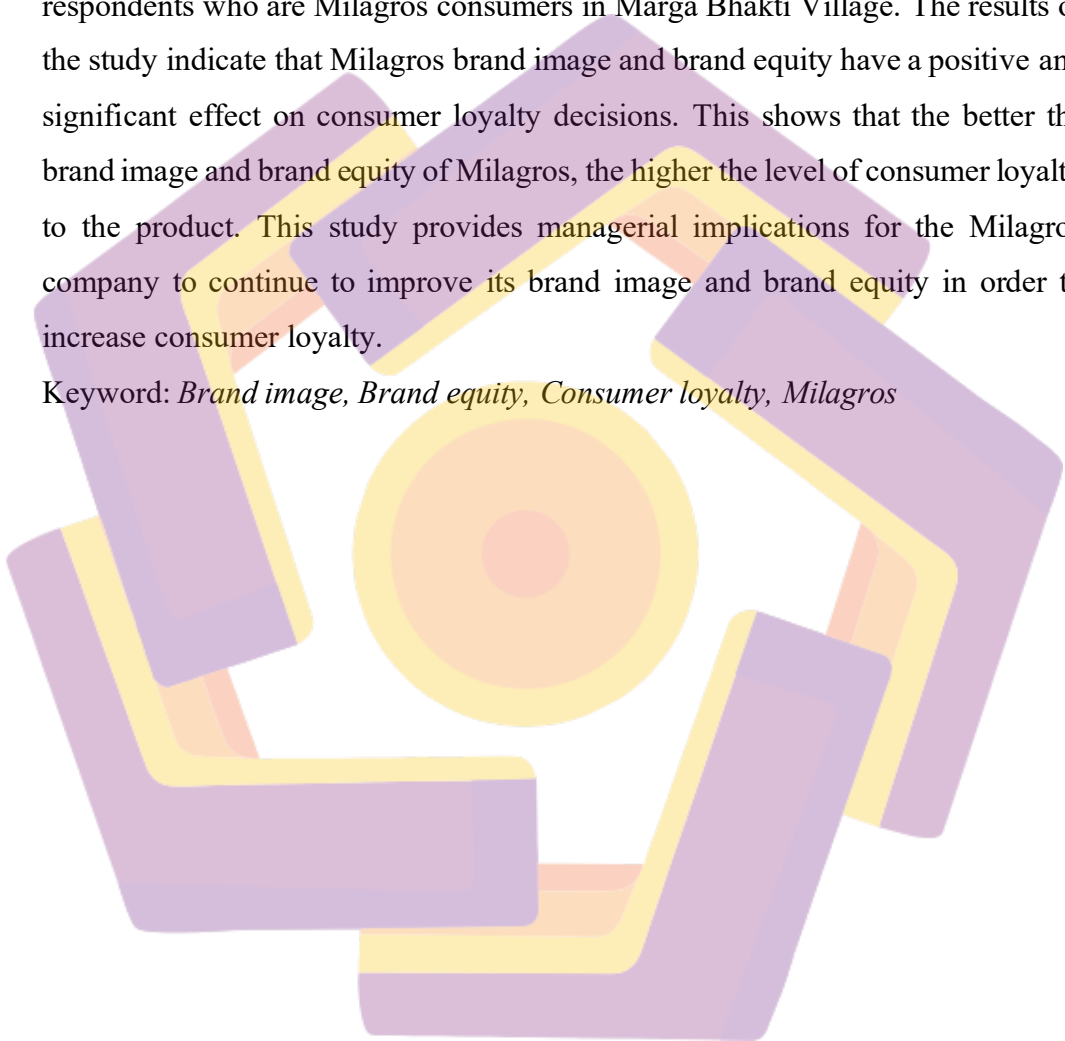
Gambar 2. 1 Teori Stimulus Respon.....	22
Gambar 2. 2 Hubungan Antar Variable.....	27
Gambar 3. 1 Definisi Operasional Variable.....	32
Gambar 3. 2 Uji Validitas	39
Gambar 3. 3 Uji Reliabilitas.....	40



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Milagros brand image and brand equity on consumer loyalty decisions in Marga Bhakti Village. Brand image and brand equity are important factors in building consumer loyalty to a product. This study uses a quantitative method with a survey technique. Data were collected from 220 respondents who are Milagros consumers in Marga Bhakti Village. The results of the study indicate that Milagros brand image and brand equity have a positive and significant effect on consumer loyalty decisions. This shows that the better the brand image and brand equity of Milagros, the higher the level of consumer loyalty to the product. This study provides managerial implications for the Milagros company to continue to improve its brand image and brand equity in order to increase consumer loyalty.

Keyword: *Brand image, Brand equity, Consumer loyalty, Milagros*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan ekuitas merek Milagros terhadap keputusan loyalitas konsumen di Desa Marga Bhakti. Citra merek dan ekuitas merek merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan dari 220 responden yang merupakan konsumen Milagros di Desa Marga Bhakti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan ekuitas merek Milagros berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek dan ekuitas merek Milagros, semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi perusahaan Milagros untuk terus meningkatkan citra merek dan ekuitas merek agar dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Citra Merek, Ekuitas Merek, Loyalitas Konsumen, Milagros