

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND ASOSIATION*,
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN AYAM GEPREK SAKO**



Tesis

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Jurusan Manajemen Pada Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

Muhammad Amir Anshori

P100180019

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

NOTA PEMBIMBING

Ihwan Susila. Ph.D
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudari Muhammad Amir Anshori

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Muhammad Amir Anshori
NIM	: P 100180019
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Dan <i>Brand Asosiation</i> , Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Sako

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 6 Januari 2021

Pembimbing I,



Ihwan Susila. Ph.D

NOTA PEMBIMBING

Dr. Muzakar Isa., SE., MSi
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudari Muhammad Amir Anshori

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Muhammad Amir Anshori
NIM	: P 100180019
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , Dan <i>Brand Asosiation</i> , Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Sako

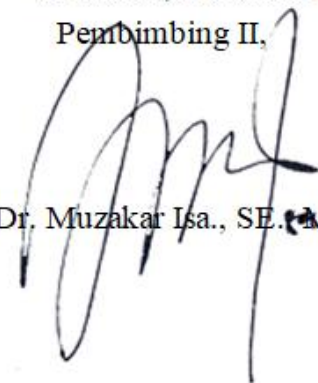
Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 6 Januari 2021

Pembimbing II,

Dr. Muzakar Isa., SE., MSi



**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND ASOSIATION*, TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN AYAM GEPREK SAKO**

TESIS

Oleh

MUHAMMAD AMIR ANSHORI

NIM : P 100 180 029

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji

Prof. Dr. H.M. Wahyuddin, MS

NIDN : 0604075802

Anggota

Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D

NIDN : 062010701

Anggota

Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si

NIDN : 0622117602

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji dan telah memenuhi syarat kelulusan
Pada tanggal 27 April 2021



Direktur Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Prof. Dr. Bambang Sumardjoko

NIDN : 0014056201

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, DAN *BRAND ASOSIATION*, TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN AYAM GEPREK SAKO**

TESIS

Oleh

MUHAMMAD AMIR ANSHORI
NIM : P 100 180 029

SUSUNAN PEMBIMBING

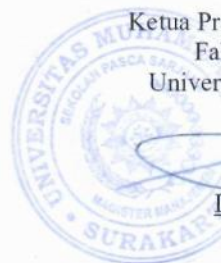
Utama Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
NIDN : 062010701

Pendamping Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si
NIDN : 0622117602

Telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan

Pada tanggal 27 April 2021

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.
NIDN : 0601025701

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Amir Anshori
NIM : P 100180019
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Brand Awarness*, Dan *Brand Asosiation*, Terhadap
Loyalitas Pelanggan Yang Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan
Ayam Geprek Sako

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batas saya terima.

Surakarta, 5 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

The image shows two identical revenue stamps (Meterai Tempel) from the Indonesian government. Each stamp is yellow and green, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL', '6000', and 'ENAM RIBU RUPIAH'. The serial number '3CC64AHF191171879' is visible on both. A handwritten signature in black ink is written over the stamps.

Muhammad Amir Anshori

MOTTO

*“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di
jalan Allah “
(HR.Turmudzi)*

*“Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan
memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang
akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya.”
(QS. Ath-Thalaq: 3).*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan Tesis, spesialnya untuk :

1. Allah SWT, sujud syukur untuk sumber kekuatan dan tujuan hidup atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya.
2. Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan motivasi, nasehat, kasih sayang dan do'anya selama ini.
3. Istriku Denisa Setyawati.SE dan kedua Putriku Qoidah Zada Nabil Anshori serta Fadila Laleh Anshori.
4. Keluarga dan teman-teman, rasa cintamu memberiku kekuatan untuk menjalani studi ini.
5. Komisaris dan Direktur PT. Geprek Group Indonesia, Kusnadi Ikhwani.SP. dan Dodok Sartono,S.E.,M.M. serta seluruh team manajemen.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui survei dengan total 208 pelanggan RM SAKO. Penelitian ini menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan analisis jalur dengan regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menekankan bahwa untuk membangun loyalitas pelanggan penting untuk memperhatikan kesadaran merek, asosiasi merek, dan kepuasan pelanggan khususnya di industri restoran.

Kata kunci : *Brand Awareness*, Dan *Brand Asosiation*, Loyalitas Pelanggan Yang , Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand awareness and brand association on customer loyalty mediated by customer satisfaction. Data was collected through a survey with a total of 208 customers of RM SAKO using purposive sampling. Data analysis used path analysis with regression. This study found that customer satisfaction mediates the effect of brand awareness and brand association on customer loyalty. The results of this study emphasize that to build customer loyalty it is important to give attention on brand awareness, brand association, and customer satisfaction specifically in the restaurant industry.

Keywords: *Brand Awareness, and Brand Association, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun guna memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

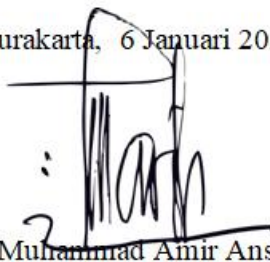
1. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd. Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh belajar di Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ihwan Susila., Ph.D selaku Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini.
5. Dr. Muzakar Isa., SE., MSi selaku Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini
6. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat sehingga dapat selesai tesis ini.
8. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penyelesaian penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan memberikan masukan bagi dunia pendidikan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.

Surakarta, 6 Januari 2021



Muhammad Amir Anshori

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING I	ii
NOTA PEMBIMBING II	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	21

C. Kerangka Pemikiran	26
D. Pengembangan Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Desain Penelitian	31
B. Populasi dan Sampel.....	31
C. Data dan Sumber Data	32
D. Metode Pengumpulan Data	33
E. Definisi Operasional dan Pengukuran	34
F. Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Deskripsi Responden	43
B. Deskripsi Tanggapan responden	47
C. Metode Analisis	50
D. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP.....	73
A. Simpulan.....	73
B. Keterbatasan penelitian.....	73
C. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.6 Diskripsi Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	47
Tabel 4.7 Diskripsi Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Association</i>	48
Tabel 4.8 Diskripsi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan ...	49
Tabel 4.9 Diskripsi Tanggapan Responden Variabel Loyalitas pelanggan	50
Tabel 4.10 Hasil Uji KMO	51
Tabel 4.11 Uji Validitas	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.16 Hasil Analisis Data (Model Persamaan 1)	56
Tabel 4.17 Hasil Analisis Data (Persamaan 2)	58
Tabel 4.18 Hasil Analisis Data (Persamaan 3)	59
Tabel 4.19 Ringkasan hasil analisis Data	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Pengaruh dan Tak Langsung brand awereness Terhadap loyalitas pelanggan Yang Di Intervening Oleh kepuasan pelanggan	64
Gambar 4.2 Pengaruh dan Tak Langsung brand Assosiation Terhadap loyalitas pelanggan Yang Di Intervening Oleh kepuasan pelanggan	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data
Lampiran III	Hasil analisa