



**PENGARUH KESADARAN MEREK,  
KEPRIBADIAN MEREK, PERSEPSI KUALITAS  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
SEKOLAH MUSIK DI INDONESIA: STUDI DARI  
KURSUS MUSIK CRESCENDO JOMBANG**

**SKRIPSI / TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1/D-3  
Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Widya Kartika

oleh  
**Reynold Tanuwijaya**  
111.19.020

**PEMBIMBING**  
**Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M.**  
0719027601

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA  
SURABAYA  
2023**

## KATA PENGANTAR

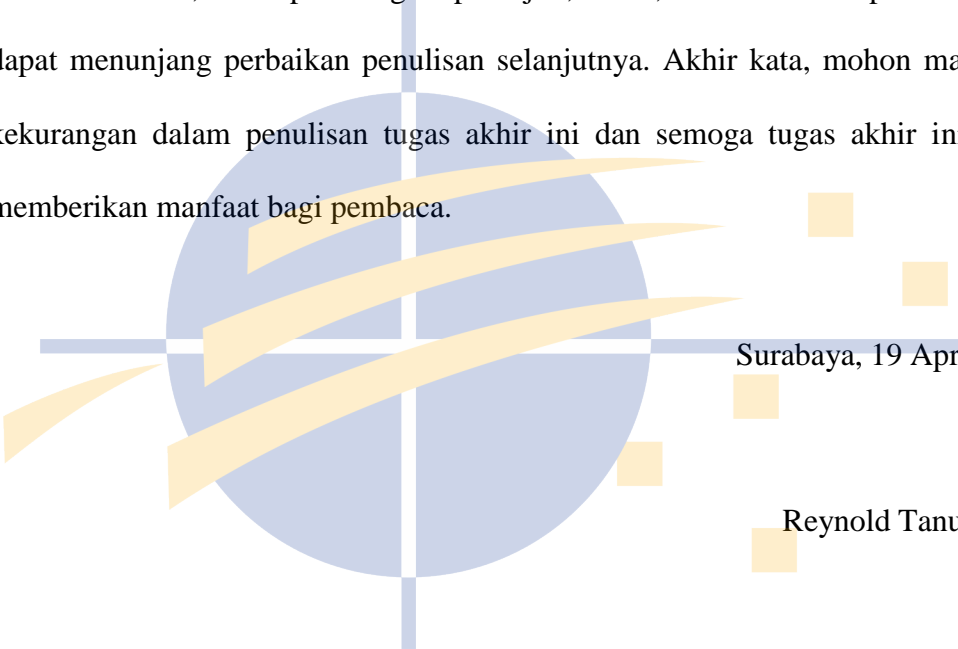
Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, karena dengan rahmat dan kuasa-Nya, saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tepat waktu. Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen pada Konsentrasi *Marketing Management* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Rasa terima kasih yang tak terhingga disampaikan kepada pihak-pihak yang berperan membantu penyelesaian tugas akhir ini, khususnya:

1. Kedua orang tua serta kakak-kakak saya yang sudah memberikan dukungan moral maupun material sejak awal masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan lancar di masa waktu normal.
2. Dr. F. Priyo Suprobo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan fasilitas, sarana, dan prasarana pendukung bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika sekaligus Wali Dosen dan juga Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi.
4. Bapak Erwin Rediono Tan, M.B.A., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan proposal skripsi.
5. Para dosen dari Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya yang akan berperan sebagai dewan penguji saya.

6. Teman-teman yang telah banyak membantu dalam memberikan dukungan serta semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah terlibat dan membantu secara langsung dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diharapkan segala petunjuk, kritik, dan saran dari pembaca agar dapat menunjang perbaikan penulisan selanjutnya. Akhir kata, mohon maaf atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini dan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.



Surabaya, 19 April 2023

Reynold Tanuwijaya

UWIKKA

## ABSTRAK

Reynold Tanuwijaya

Skripsi

Pengaruh Kesadaran Merek, Kepribadian Merek, Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Konsumen Sekolah Musik Di Indonesia: Studi Dari Kursus Musik Crescendo Jombang

Penelitian ini menganalisis hubungan antarvariabel antara kesadaran merek, persepsi kualitas, dan brand personality terhadap loyalitas konsumen. Objek penelitian ini adalah Crescendo Music Course Jombang. Penelitian ini memiliki 90 murid sebagai populasi dan sampel observasi. Hasil penelitian H1 menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel kesadaran merek terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian H2 menunjukkan adanya pengaruh variabel persepsi kualitas terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian H3 menunjukkan adanya pengaruh variabel brand personality terhadap loyalitas konsumen. Hasil penelitian H4 menunjukkan adanya pengaruh variabel independen kesadaran merek (X1), persepsi kualitas (X2), dan kepribadian merek (X3) bersama-sama terhadap variabel dependen loyalitas konsumen (Y).

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Kepribadian Merek, Loyalitas Merek, Kursus Musik

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is displayed in a large, light blue, sans-serif font. Above the text, there is a stylized graphic element consisting of a blue circle with a vertical line passing through its center, and several yellow squares of varying sizes scattered around it.

## **ABSTRACT**

Reynold Tanuwijaya

*Thesis*

*The Effect of Brand Awareness, Brand Personality, Perceived Quality on Customer Loyalty to Music Schools in Indonesia : Study from the Crescendo Music Course Jombang*

*This study analyzes the relationship between variables between brand awareness, perceived quality, and brand personality on consumer loyalty. The object of this research is Crescendo Music Course Jombang. This study has 90 students as a population and observation sample. The results of the H1 study show that there is no influence between brand awareness variables on consumer loyalty. The results of the H2 study show that there is an influence of perceived quality variables on consumer loyalty. The results of the H3 study show that there is an influence of brand personality variables on consumer loyalty. The results of the H4 study indicate that the independent variables influence brand awareness (X1), perceived quality (X2), and brand personality (X3) together with the dependent variable customer loyalty (Y).*

*Keyword : Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Personality, Customer Loyalty, Music Course*

The logo for Universitas Widya Kartika (UWIKKA) is a large, light blue watermark in the background. It features a stylized circular emblem with a vertical line through the center and several small yellow squares to the right. Below the emblem, the word "UWIKKA" is written in a large, bold, light blue sans-serif font.

## DAFTAR ISI

<b>BAB 1 Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah. ....	8
1.3 Batasan Masalah. ....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Pengorganisasian Penulisan.....	10
<b>BAB 2 Landasan Teori</b> .....	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Jurnal Su dan Tong (2016).....	12
2.1.2 Jurnal Su dan Chang (2018).....	13
2.1.3 Jurnal Mabkhot dan Shaari (2017).....	13
2.1.4 Jurnal Pranantha dan Subawa (2019).....	15
2.1.5 Jurnal Indrajati (2021).....	16
2.2 Loyalitas Konsumen .....	18
2.2.1 Ciri-Ciri Konsumen Loyal .....	20
2.2.2 Kategori Loyalitas.....	21
2.2.3 Loyalitas yang Lemah.....	22
2.2.4 Loyalitas Tersembunyi.....	22
2.2.5 Loyalitas Premium .....	22
2.2.6 Fungsi Loyalitas .....	23
2.2.7 Tingkatan Loyalitas Merek.....	24
2.3 Kesadaran Merek.....	27
2.3.1 Tingkatan Kesadaran Merek .....	29
2.3.2 Indikator Kesadaran Merek.....	31
2.4 Persepsi Kualitas.....	32

2.5 Hubungan Antar Konsep .....	35
2.5.1 Hubungan antara Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	35
2.5.2 Hubungan antara Persepsi Kualitas terhadap Loyalitas Konsumen.....	35
2.5.3 Hubungan antara Kepribadian Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
2.6 Model Penelitian.....	37
2.7 Hipotesis.....	37
<b>BAB 3 Metodologi.....</b>	<b>38</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	38
3.2 Gambaran Populasi dan Sampel .....	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Teknik pengambilan data.....	39
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	40
3.3.3 Indikator Penelitian.....	40
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variable.....	41
3.4.1 Variabel Independen .....	41
3.5 Identifikasi variabel penelitian .....	42
3.6 Teknik Analisis Data .....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	42
3.6.3 Uji Validitas .....	42
3.6.4 Uji Reliabilitas .....	42
3.6.5 Uji Hipotesis .....	43
<b>BAB 4 Hasil dan Pembahasan .....</b>	<b>44</b>
4.1 Deskripsi Variabel .....	44

4.1.1 Deskripsi Profil Responden .....	44
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
4.1.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	47
4.2 Statistik Deskriptif.....	51
4.3 Analisis Data.....	51
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	51
4.3.1.1 Uji Validitas .....	51
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	54
4.3.2.1 Uji Parsial (T).....	54
4.3.2.2 Uji Simultan (F).....	56
4.4 Pembahasan.....	57
<b>BAB 5 Kesimpulan dan Saran .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
<b>Lampiran Kuisisioner .....</b>	<b>63</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>76</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>78</b>
<b>Lampiran Turnitin.....</b>	<b>79</b>
<b>Daftar Artikel Ilmiah.....</b>	<b>80</b>
<b>Lembar Konsultasi Bimbingan Skripsi.....</b>	<b>90</b>