UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Hubungan Sosiodemografi dengan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen pada Produk Imboost di Daerah
Istimewa Yogyakarta**
Nabila Lutfika Sari, Dr. apt. Niken Nur Widyakusuma, M.Sc.;Prof. Dr. apt. Susi Ari Kristina, M.Kes.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
HALAMAN BEBAS PLAGIASI ..... **iv**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
INTISARI ..... **xiv**
ABSTRACT ..... **xv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **8**
A. Telaah Pustaka 8
B. Landasan Teori 26
C. Kerangka Konsep Penelitian 29
D. Hipotesis 29
BAB III METODE PENELITIAN **31**
A. Rancangan Penelitian 31
B. Tempat dan Waktu Penelitian 31
C. Populasi dan Sampel Penelitian 32
D. Cara Pengambilan Sampel 32
E. Variabel Penelitian 33
F. Definisi Operasional Variabel 34
G. Instrumen Penelitian 36
H. Uji Validitas 44
I. Uji Reliabilitas 48
J. Analisis Data 49

Hubungan Sosiodemografi dengan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen pada Produk Imboost di Daerah
Istimewa Yogyakarta
Nabila Lutfika Sari, Dr. apt. Niken Nur Widyakusuma, M.Sc.;Prof. Dr. apt. Susi Ari Kristina, M.Kes.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

K. Etika Penelitian 52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54
A. Gambaran Sosiodemografi dan Karakteristik Responden 54
B. Gambaran Riwayat Pembelian Produk Imboost Force 61
C. Deskripsi Variabel Penelitian 62
D. Analisis Hubungan 67
E. Keterbatasan Peneliti 78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 79
A. Kesimpulan 79
B. Saran 80
DAFTAR PUSTAKA 83
LAMPIRAN 87

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Hubungan Sosiodemografi dengan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen pada Produk Imboost di Daerah
Istimewa Yogyakarta**
Nabila Lutfika Sari, Dr. apt. Niken Nur Widyakusuma, M.Sc.;Prof. Dr. apt. Susi Ari Kristina, M.Kes.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian 29

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Hubungan Sosiodemografi dengan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen pada Produk Imboost di Daerah
Istimewa Yogyakarta**
Nabila Lutfika Sari, Dr. apt. Niken Nur Widyakusuma, M.Sc.;Prof. Dr. apt. Susi Ari Kristina, M.Kes.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel I. Nama dan Kandungan produk Imboost Force 2
Tabel II. Penilaian Jawaban Responden dengan Skala Likert 37
Tabel III. Pengalaman Konsumsi Suplemen 37
Tabel IV. Data Diri Responden 38
Tabel V. Pernyataan Riwayat Pembelian dan Konsumsi 39
Tabel VI. Instrumen Citra Merek 39
Tabel VII. Instrumen Loyalitas Konsumen 41
Tabel VIII. Hasil Validitas Konten 45
Tabel IX. Hasil Uji Validitas Instrumen 47
Tabel X. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner 49
Tabel XI. Interval Penelitian 50
Tabel XII. Sosiodemografi dan Karakteristik Responden 54
Tabel XIII. Statistik Deskriptif 60
Tabel XIV. Gambaran Riwayat Pembelian Produk Imboost Force 61
Tabel XV. Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek 63
Tabel XVI. Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen 65
Tabel XVII. Hubungan Sosiodemografi Dengan Citra Merek 68
Tabel XVIII. Tabel Hubungan Sosiodemografi Dengan Loyalitas 68
Tabel XIX. Hubungan Citra Merek Dengan Loyalitas Konsumen 75

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
**Hubungan Sosiodemografi dengan Citra Merek dan Loyalitas Konsumen pada Produk Imboost di Daerah
Istimewa Yogyakarta**
Nabila Lutfika Sari, Dr. apt. Niken Nur Widyakusuma, M.Sc.;Prof. Dr. apt. Susi Ari Kristina, M.Kes.
Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 87
Lampiran 2. Expert Judgement 95
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Citra Merek dan Loyalitas Konsumen 100
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas 104
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas 106
Lampiran 6. Analisis Deskriptif 108
Lampiran 7. Hubungan Jenis Kelamin dengan Citra Merek 110
Lampiran 8. Hubungan Usia dengan Citra Merek 111
Lampiran 9. Hubungan Domisili dengan Citra Merek 112
Lampiran 10. Hubungan Pendidikan dengan Citra Merek 113
Lampiran 11. Hubungan Pekerjaan dengan Citra Merek 114
Lampiran 12. Hubungan Pendapatan dengan Citra Merek 115
Lampiran 13. Hubungan Jenis Kelamin dengan Citra Merek 116
Lampiran 14. Hubungan Usia dengan Loyalitas Konsumen 116
Lampiran 15. Hubungan Domisili dengan Loyalitas Konsumen 117
Lampiran 16. Hubungan Pendidikan dengan Loyalitas Konsumen 118
Lampiran 17. Hubungan Pekerjaan dengan Loyalitas Konsumen 119
Lampiran 18. Hubungan Pendapatan dengan Loyalitas Konsumen 120
Lampiran 19. Kategori Citra Merek dengan Loyalitas 121
Lampiran 20. *Ethical Clearance* 122