



# **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN TEPUNG TERIGU SEGITIGA BIRU DI KABUPATEN BOGOR**

**AQILAH SALSABILLA NAZIHAH**



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tepung Terigu Segitiga Biru di Kabupaten Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Aqilah Salsabilla Nazihah  
H3401211159

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

AQILAH SALSABILLA NAZIHAH. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tepung Terigu Segitiga Biru di Kabupaten Bogor. Dibimbing oleh ANISA DWI UTAMI.

Konsumsi dan produksi tepung terigu di Indonesia terus meningkat, terutama seiring dengan berkembangnya industri makanan yang berbahan dasar tepung terigu. Produk tepung terigu Segitiga Biru yang diproduksi oleh PT Bogasari Flour Mills menjadi salah satu merek dominan di pangsa pasar Indonesia, namun di tengah persaingan yang semakin ketat, penting bagi perusahaan untuk menjaga dan memperkuat ekuitas merek untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh ekuitas merek terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen tepung terigu Segitiga Biru di Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan data primer dari 100 responden di wilayah Kabupaten Bogor. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi Smart-PLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa asosiasi merek terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tepung terigu Segitiga Biru. Namun, kesadaran merek dan persepsi kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: ekuitas merek, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, SEM-PLS

## ABSTRACT

AQILAH SALSABILLA NAZIHAH. The Influence of Brand Equity on Consumer Satisfaction and Loyalty of Segitiga Biru Wheat Flour in Bogor Regency. Supervised by ANISA DWI UTAMI.

The consumption and production of wheat flour in Indonesia continues to increase, especially along with the development of the wheat flour-based food industry. Segitiga Biru wheat flour products produced by PT Bogasari Flour Mills have become one of the dominant brands in the Indonesian market share, but amidst increasingly fierce competition, it is important for companies to maintain and strengthen brand equity to maintain consumer loyalty. This study was conducted to identify and analyze the effect of brand equity on consumer satisfaction and loyalty of Segitiga Biru wheat flour in Bogor Regency. This study used primary data from 100 respondents in the Bogor Regency area. Data were analyzed using *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) with the help of the Smart-PLS application. The results of this study indicate that brand associations have a positive and significant effect on consumer satisfaction of Segitiga Biru wheat flour. However, brand awareness and perceived quality do not have a significant effect on consumer satisfaction. In addition, consumer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: brand equity, consumer loyalty, consumer satisfaction, SEM-PLS



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN TEPUNG TERIGU SEGITIGA BIRU DI KABUPATEN BOGOR**

**AQILAH SALSABILLA NAZIHAH**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir:

1. Tintin Sarianti, SP, MM
2. Dr. Maryono, SP, M.Sc



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas  
Konsumen Tepung Terigu Segitiga Biru di Kabupaten Bogor  
Nama : Aqilah Salsabilla Nazihah  
NIM : H3401211159

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Dr. Anisa Dwi Utami, SE, M.Sc



Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:  
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M  
NIP 196802151999031001





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan September 2025 ini ialah Perilaku Konsumen Agribisnis, dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tepung Terigu Segitiga Biru di Kabupaten Bogor”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik karena adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Anisa Dwi Utami, SE, M.Sc yang telah membimbing dan banyak memberi saran.
2. Ir. Narni Farmayanti, M.Sc selaku dosen evaluator kolokium. Herawati, SE, M.Si selaku dosen moderator seminar hasil. Tintin Sarianti, SP, MM selaku dosen penguji utama sidang skripsi, dan Dr. Maryono, SP, M.Sc selaku dosen penguji wakil PS sidang skripsi yang telah memberikan koreksi, saran, dan masukan untuk menyempurnakan hasil akhir penelitian.
3. Seluruh dosen dan staf Departemen Agribisnis yang telah membantu dan memberikan dukungan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dan membantu dalam proses pengumpulan data.
5. Kedua orang tua (Bapak Syawaluddin dan Ibu Ita Mulyaritania), adik pertama saya Muhammad Mar'ie Ghufran dan adik kedua saya Muhammad Muflih Muafa yang telah banyak membantu dan memberikan doa, dorongan, dukungan, serta kasih sayangnya selama penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan (Syifa Mustika, Chika Amelia, Angel Martha, Sharikha Herlinanda, Febrina Brigita, Dhea Amanda, Miranda Jonia Sarri dan Ananda Diva Fadiah) yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.
7. Para sahabat YTTA (Ivana Nabila, Suci Amalia, Maeyza Ardita, Chiara Amalia dan Virgie Alyka) yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
8. Teman-teman Agribisnis 58 yang telah kebersamai dan memberikan semangat kepada penulis dalam menjalankan perkuliahan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2026

*Aqilah Salsabilla Nazihah*

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Karakteristik Konsumen	11
2.2 Pengaruh Ekuitas Merek	12
2.3 Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	13
III KERANGKA PEMIKIRAN	15
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	15
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	24
IV METODE PENELITIAN	26
4.1 Waktu dan Lokasi Penelitian	26
4.2 Jenis dan Sumber Data	26
4.3 Kriteria Responden	26
4.4 Metode Pengumpulan Data	27
4.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	27
4.6 Variabel Penelitian	30
4.7 Hipotesis Penelitian	30
V HASIL DAN PEMBAHASAN	32
5.1 Karakteristik Responden	32
5.2 Pola Perilaku Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru	34
5.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	39
5.4 Implikasi Manajerial	49
VI SIMPULAN DAN SARAN	51
6.1 Simpulan	51
6.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	44
RIWAYAT HIDUP	50



## DAFTAR TABEL

1	Skala <i>likert</i>	27
2	Variabel penelitian	31
3	Karakteristik konsumen	32
4	Merek tepung terigu yang diketahui konsumen	34
5	Merek tepung terigu yang paling sering dibeli	35
6	Keuntungan dan manfaat yang dirasakan	35
7	Tempat membeli tepung terigu Segitiga Biru	36
8	Frekuensi pembelian tepung terigu	37
9	Banyaknya tepung terigu yang dibeli	37
10	Rata-rata pengeluaran untuk membeli tepung terigu	37
11	Keperluan membeli tepung terigu	38
12	Alasan membeli tepung terigu Segitiga Biru	38
13	Sumber informasi mengenai produk	39
14	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	43
15	Nilai <i>Cross Loading</i>	43
16	Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i> (nilai <i>square root AVE</i> )	44
17	Hasil <i>heterotrait-heteromethod ratio (HTMT)</i>	44
18	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i> sebelum eliminasi indikator	45
19	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i> sesudah eliminasi indikator	45
20	Nilai <i>r-square</i> variabel endogen	46
21	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	46

## DAFTAR GAMBAR

1	Rata-rata konsumsi tepung terigu per kapita di Indonesia	1
2	Top brand index tepung terigu 2015–2019	4
3	Pangsa pasar perusahaan dalam industri tepung terigu	6
4	Top brand index 2020–2024	8
5	Asosiasi merek	17
6	Piramida loyalitas	19
7	Kerangka pemikiran operasional	25
8	Model awal uji validitas	30
9	Diagram jalur PLS	40
10	Analisis uji validitas	41
11	Hasil analisis model setelah eliminasi indikator	42