

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PRODUK WHITE DIARY DI KOTA SURABAYA**

(Studi Pada Pelanggan Produk White Diary di Kota Surabaya)

SKRIPSI



OLEH :

SYAIBA EZRA AZALIA SASIKIRANA
NPM. 19042010114

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PRODUK WHITE DIARY DI KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

SYAIBA EZRA AZALIA SASIKIRANA
NPM. 19042010114

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



R. Yuniardi Rusdianto , S.Sos. M.Si
NIP. 1972061320212110003

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PRODUK WHITE DIARY DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

SYAIBA EZRA AZALIA SASIKIRANA
NPM. 19042010114

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 20 Juli 2023

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197206132021211003

TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Jojok Dwiridjotjahjono, S.Sos M.Si
NPT. 370119500421

2. Sekretaris



Yanda Bara Kusuma S.AB M.AB
NIP. 198910302020121007

3. Anggota



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syaiba Ezra Azalia Sasikirana
NIM : 19042010114
Fakultas /Program Studi : FISIP/Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Produk White Diary di Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 21 Juli 2023

Yang Menyatakan



Syaiba Ezra Azalia Sasikirana

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK WHITE DIARY DI KOTA SURABAYA (Studi Pada Pelanggan Produk White Diary di Kota Surabaya)”**. Tujuan dari penyusunan skripsi ini tidak lain adalah sebagai pemenuhan tugas akhir dan persyaratan memperoleh gelar sarjana program studi Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi ini tidak lepas dari berbagai keterbatasan dan kekurangan, sehingga penulis menyadari penyusunan skripsi ini tidak lepas dari segala bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak pihak yang telah memberikan dukungan berupa moril maupun materil, Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak R.Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar meluangkan waktu untuk saya. Selain itu penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, M.M, M.A, selaku koordinator program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “ Jawa Timur.
3. Bapak R.Y.Rusdianto, S.Sos,M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan.
4. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar di program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan begitu banyak ilmu pengetahuan semasa kuliah.
5. Hexa Anugrah selaku Ibu tercinta yang selalu memberikan segala bantuan, dukungan, dorongan serta doa restu yang diberikan kepada penulis selama penyusunan proposal.
6. Doan Risa Purbaya selaku Ayah tersayang, selaku Ayah dari penulis yang selalu memberikan dukungan semaksimal mungkin agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik.
7. Aurora Aubin Prameswari, M. Syerjibrin Putra P. dan Elfarras Bara Putra P. selaku adik kandung penulis yang memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan proposal
8. Tasya Aulia selaku saudara terdekat yang memberi bantuan serta motivasi kepada penulis.
9. Feizal Bagoes Kusuma yang selalu memberikan dukungan dan motivasi selama penyusunan proposal.

10. Nadhifa Salma Deviaudria selaku teman seperjuangan skripsi yang meluangkan waktunya untuk mengerjakan skripsi bersama sama, dan selalu memotivasi dengan sepenuh hati.
11. Cahya, Cinthiya, Sulton, Vigati (Kuliah Bersama), selaku teman – teman selama kuliah yang memberikan dorongan agar terselesainya penyusunan proposal.
12. Staff Outlet Okinawa Pakuwon selaku rekan kerja yang memberikan support agar terselesainya penyusunan proposal.
13. Teman-teman Administrasi Bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang saling memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan karena terbatasnya ilmu pengetahuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu penulis sangat terbuka dengan segala kritik dan saran yang membangun. Semoga isi dari penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca umum lainnya.

Surabaya, Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Brand Trust	17
2.2.3 Brand Image.....	18
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.3.1 <i>Brand Trust</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	27
2.3.2 <i>Brand Image</i> terhadap loyalitas pelanggan	27
2.3.3 <i>Brand Trust</i> terhadap kepuasan pelanggan	27
2.3.4 <i>Brand Image</i> terhadap kepuasan pelanggan.....	27
2.3.5 Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	28
2.3.6 <i>Brand Trust</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.....	28

2.3.7	<i>Brand Image</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	29
2.4	Kerangka Berpikir	29
2.5	Hipotesis	32
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Definisi Pengukuran dan Variabel Operasional	34
3.2.1	Pengertian Variabel Operasional.....	34
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	39
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3.1	Populasi Penelitian	40
3.3.2	Sampel Penelitian.....	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Sumber Data.....	43
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	44
3.5	Uji Instrument Penelitian.....	45
3.5.1	Uji Validitas	45
3.5.2	Uji Reliabilitas	47
3.5.3	Uji Linearitas.....	47
3.6	Teknik Analisis Data	48
3.6.1	Analisis Jalur (Path Analysis).....	48
3.7	Uji Statistik.....	49
3.7.1	Uji t (Parsial)	49
3.7.2	Uji Koefisiensi Determinan (R ²)	51
3.8	Jadwal Penelitian	53
BAB IV		54
HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	54
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	54
4.1.2	Penyajian Hasil Penelitian	57
4.2	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	65

4.2.1 Uji Validitas, Uji Realibilitas dan Uji Linearitas	66
4.2.2 Analisis Jalur (Path Analysis)	69
4.3 Pembahasan	83
4.3.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	83
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	84
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	85
4.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	86
4.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggann (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	87
4.3.6 Pengaruh <i>Brand Trust</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	88
4.3.7 Pengaruh Brand Image (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	88
4.4 Matriks Hasil Penelitian	88
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4. 1 List Stockist White Diary	55
Tabel 4. 2 Produk White Diary	56
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4. 4 Usia Responden.....	58
Tabel 4. 5 Domisili Responden.....	59
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Brand Trust (X_1).....	61
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Brand Image (X_2)	62
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	63
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	64
Tabel 4. 10 Uji Validitas	66
Tabel 4. 11 Uji Realibilitas	67
Tabel 4. 12 Uji Linearitas.....	68
Tabel 4. 13 Analisa Jalur Model I.....	69
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur 1	74
Tabel 4. 15 Analisa Jalur Model II.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Jumlah Penduduk 2015-2022	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	5
Gambar 1. 4 Produk Perawatan Tubuh dengan Konsumen Terbanyak di Indonesia	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4. 1 Logo White Diary.....	56
Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden	58
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	59
Gambar 4. 4 Domisili Responden	60
Gambar 4. 5 Kurva Uji T Variabel Brand Trust (X1) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	72
Gambar 4. 6 Kurva Uji T Variabel Brand Image (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	73
Gambar 4. 8 Kurva Uji T Variabel Brand Trust (X2) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	77
Gambar 4. 9 Kurva Uji T Variabel Brand Image (X2) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	79
Gambar 4. 10 Kurva Uji T Variabel Brand Image (X2) terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	80
Gambar 4. 11 Uji Koefisiensi Determinan Sub Struktur II.....	81
Gambar 4. 12 Bagan Koefisien Jalur	82

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner	99
LAMPIRAN 2 : TABULASI DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	102
LAMPIRAN 3 : TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN	105
LAMPIRAN 4 : OUTPUT SPSS	115

ABSTRAK

SYAIBA EZRA AZALIA SASIKIRANA, PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PRODUK WHITE DIARY DI KOTA SURABAYA (Studi Pada Pelanggan Produk White Diary di Kota Surabaya)

Kosmetik dan perawatan tubuh adalah kebutuhan utama bagi sebagian besar wanita di era ini. Dalam persaingan bisnis, kepercayaan merek dan citra merek dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pembelian suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand trust dan brand image terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada produk White Diary di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan menggunakan skala Likert sebagai pengukuran. Sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah deskriptif dan analisis jalur (Path Analysis) dengan Paket Statistik untuk program IPS (IBM SPSS 29). Hasil penelitian ini adalah variabel kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

SYAIBA EZRA AZALIA SASIKIRANA, THE INFLUENCE OF BRAND TRUST AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE FOR WHITE DIARY PRODUCTS IN SURABAYA CITY (Study On Customers Of White Diary Products In Surabaya City)

Cosmetics and body care are the main needs for most women in this era. In business competition, brand trust and brand image can affect customer satisfaction and loyalty to the purchase of a product. This study aims to determine the influence of brand trust and brand image on customer loyalty through customer satisfaction in White Diary products in Surabaya City. This study uses quantitative methods with descriptive research types and uses Likert scale as a measurement. Samples were taken using purposive sampling techniques with a total of 100 respondents. The analysis technique in this study is descriptive and path analysis (Path Analysis) with the Statistical Package for the Social Sciences program (IBM SPSS 29). The results of this study are brand trust variables and brand image have a significant effect on customer satisfaction, brand trust and brand image have a significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, brand trust Significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable, and brand image has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords : Brand Trust, Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction