

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN *BODY LOTION* VASELINE DI KOTA MOJOKERTO

SKRIPSI



OLEH

DEVINA ZULIA RAHMATIN

NPM. 20042010160

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KONSUMEN BODY LOTION VASELINE DI KOTA MOJOKERTO

Disusun oleh :

DEVINA ZULIA RAHMATIN

NPM. 20042010160

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

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

NIP. 197206132021211003

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN WORD OF MOUTH
TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA KONSUMEN BODY LOTION VASELINE DI KOTA
MOJOKERTO**

Disusun oleh :

DEVINA ZULIA RAHMATIN

NPM. 20042010160

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 22 Januari 2024

Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA



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


TIM PENGUJI

1. Ketua



Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris



Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A.
NPT. 211197712043337

3. Anggota



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

Mengetahui,

**DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Catur Suronoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devina Zulia Rahmatin
NIM : 20042010160
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Word of Mouth* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* sebagai variabel intervening pada konsumen *body lotion* Vaseline di Kota Mojokerto

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, 31 Januari 2023

Yang Menyatakan



(Devina Zulia Rahmatin)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* sebagai variabel intervening pada Konsumen *Body Lotion Vaseline* Di Kota Mojokerto”, untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan program Sarjana (S1).

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Sehubungan dengan selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terima kasih penulis sampaikan. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

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 “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua dan keluarga selaku pemberi semangat dan nasehat baik secara finansial maupun pemikiran dalam melakukan penyusunan skripsi penulis.
5. Dan untuk seluruh pihak telah memberikan doa dan dukungan.

Penulis menyadari jika di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis memohon kritik dan saran yang membangun dari seluruh pihak.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat mencapai maksud yang diinginkan dan semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua orang.

Surabaya, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Pemasaran	22
2.2.2 <i>Brand</i> (Merek)	27
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	29
2.2.4 <i>Brand Image</i>	31
2.2.5 <i>Word of Mouth</i>	36
2.2.6 <i>Brand Trust</i>	38
2.2.7 <i>Brand Loyalty</i>	41
2.3 Hubungan Antar Variabel	45
2.4 Kerangka Berpikir	48
2.5 Hipotesis	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	52
3.2.1 Definisi Operasional	52
3.2.2 Pengukuran Variabel	57

3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel	59
3.3.3	Teknik penarikan sampel	61
3.4	Teknik Pengumpulan Data	62
3.4.1	Jenis data.....	62
3.4.2	Sumber Data	62
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	63
3.5	Teknik Analisis data & Pengujian Hipotesis.....	64
3.5.1	Uji Validitas	64
3.5.2	Uji Reliabilitas	65
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	66
3.5.4	Uji Hipotesis	69
3.6	Jadwal Penelitian.....	74
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		75
4.1	Hasil	75
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	75
4.1.2	Penyajian Data	83
4.1.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	98
4.2	Pembahasan.....	125
4.2.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X1) terhadap <i>Brand Trust</i> (Z)..	125
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap <i>Brand Trust</i> (Z)	126
4.2.3	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X3) terhadap <i>Brand Trust</i> (Z).....	127
4.2.4	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X1) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y)	128
4.2.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y)	129
4.2.6	Pengaruh <i>Brand Trust</i> (Z) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y)	131
4.2.7	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> (X1) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y) melalui <i>Brand Trust</i> (Z)	132
4.2.8	Pengaruh <i>Brand Image</i> (X2) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y) melalui <i>Brand Trust</i> (Z)	132
4.2.9	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> (X3) terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y) melalui <i>Brand Trust</i> (Z)	133
4.3	Matriks Hasil Penelitian	134
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		139

5.1 Kesimpulan.....	139
5.2 Saran.....	139
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan 7 Brand Body Lotion di Marketplace	8
Tabel 1. 2 TOP Brand Awards kategori hand and body lotion tahun 2023 fase 1. 9	
Tabel 1. 3 Komparasi Brand Hand and Body Lotion.....	10
Tabel 1. 4 Jumlah Penduduk Kota Mojokerto per 11 Agustus 2023	12
Tabel 1. 5 Hasil PraSurvei Penggunaan body lotion pada warga Kota Mojokerto	13
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	58
Tabel 4. 1 Produk Vaseline Lotions and Mousturizers	79
Tabel 4. 2 Produk Vaseline Serums and Oil	81
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	84
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	85
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Produk	86
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Awareness	87
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Image.....	90
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Word of Mouth	91
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Trust	95
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Brand Loyalty	96
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....	98
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	99
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	102
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linieritas	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pendapatan Produk Perawatan Kulit dan Kosmetik dari tahun 2014 - 2027	1
Gambar 1. 2 Grafik Laba Bersih PT. Unilever Indonesia, Tbk.	7
Gambar 2. 1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	30
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	49
Gambar 3. 1 Kurva Uji T	70
Gambar 3. 2 Diagram Analisis Jalur	71
Gambar 4. 1 Logo Vaseline	77
Gambar 4. 2 Produk Lip Care Vaseline	78
Gambar 4. 3 Produk Vaseline Repairing Jelly	79
Gambar 4. 4 Diagram Scatterplot.....	102
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Awareness (X1) terhadap Brand Trust (Z)	107
Gambar 4. 6 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Image (X2) terhadap Brand Trust (Z).....	108
Gambar 4. 7 Kurva Hasil Uji t Variabel Word of Mouth (X3) terhadap Brand Trust (Z)	110
Gambar 4. 8 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Awareness (X1) terhadap Brand Loyalty (Y).....	114
Gambar 4. 9 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Image (X2) terhadap Brand Loyalty (Y).....	116
Gambar 4. 10 Kurva Hasil Uji t Variabel Word of Mouth (X3) terhadap Brand Loyalty (Y).....	117
Gambar 4. 11 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Trust (Z) terhadap Brand Loyalty (Y)	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Jawaban Responden Kuesioner Pra Survei	148
Lampiran 2 Pernyataan Kuesioner Peneliti	154
Lampiran 3 Tabulasi Data Karakteristik Responden	159
Lampiran 4 Jawaban Responden (Variabel X)	161
Lampiran 5 Jawaban Responden (Variabel Z)	164
Lampiran 6 Jawaban Responden (Variabel Y)	166
Lampiran 7 Output SPSS	167