

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA KFC DI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen



Muhammad Abdussalam

19012010061 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”

JAWA TIMUR

2024

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA KFC DI SIDOARJO**

Disusun Oleh :

MUHAMMAD ABDUSSALAM

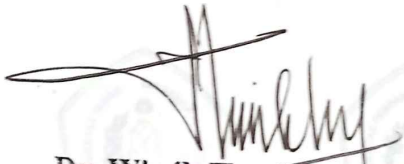
19012010061 / FEB / EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada Tanggal : 11 Desember 2024

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing Utama



Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si
NIPPPK. 196901132021212003



Drs. Ec. Supriyono, M.M
NIPPPK. 196106261988031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Abdussalam

NPM : 19012010061

Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan bisnis / Manajemen

Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh brand image dan brand trust terhadap loyalitas pelanggan pada kfc di sidoarjo


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, 11 Desember 2024

Menyatakan



EE223AKX52283517
Muhammad Abdussalam

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. skripsi ini dibuat untuk melakukan penelitian dan menyusun skripsi sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam penulisan skripsi, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.M.T., IPU., CHRA., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pratiwi, M.Si., CFP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, M.M., CFP., selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak Drs. Ec. Supriyono, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan, pengarahan, dan motivasi dalam menyusun Proposal Penelitian ini.
6. Seluruh keluarga yang senantiasa memberikan semangat, perhatian, doa dan dorongan moril maupun materil kepada penulis dengan doa restu yang

sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, semoga Allah SWT membalasnya dengan segala keberkahan-Nya.

7. Sahabat-sahabati Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Komisariat Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur yang mendampingi penulis selama masa perkuliahan ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuannya secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Sangat disadari dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman, dan waktu penyusunan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga Proposal Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi masyarakat dan bermanfaat untuk pengembangan wawasan dan peningkatan ilmu pengetahuan bagi kita semua.

Surabaya, 11 Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ixx
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Praktis	9
1.4.2. Manfaat Teoritis	9
1.4.3. Manfaat Analitis.....	10
BAB II.....	11
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. <i>Theory Plan Behaviour</i>	14
2.2.2. Pemasaran	16
2.2.3. <i>Brand Image</i>	18
2.2.4. <i>Brand Trust</i>	22
2.2.5. Loyalitas Pelanggan	26
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	29
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	30
2.4. Kerangka Konseptual	31
2.5. Hipotesis	31
BAB III	33
3.1. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran Variabel	33

3.1.1.	Definisi Operasional Variabel	33
3.1.2.	Skala Pengukuran Variabel	35
3.2.	Populasi dan Sampel	35
3.2.1.	Populasi	35
3.2.2.	Sampel.....	36
3.3.	Data Penelitian	37
3.3.1.	Jenis Data.....	37
3.3.2.	Sumber Data.....	37
3.4.	Metode Analisis Data	37
3.4.1.	Teknik Analisis Data	37
3.4.2.	Model Indikator Reflektif dan Formatif.....	39
3.4.3.	Cara Kerja PLS	41
3.4.4.	Langkah – Langkah PLS.....	42
3.4.5.	Asumsi PLS.....	46
BAB IV	47
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	47
4.1.1.	Profil Perusahaan	47
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2.1.	Analisis Karakteristik Responden	48
4.2.2.	Deskripsi Variabel Penelitian.....	53
4.3.	Hasil Analisis Data	58
4.3.1.	Evaluasi <i>Outlier</i>	58
4.3.2.	Analisis Model PLS	60
4.3.3.	<i>Outer Model</i>	60
4.3.4.	<i>Inner Model</i>	67
4.3.5.	Pengujian Hipotesis.....	69
4.4.	Pembahasan	70
4.4.1.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.4.2.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	72
BAB V	75
5.1.	Kesimpulan.....	75

5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand for Teens Index Restoran Fastfood 2 Tahun Terakhir

Tabel 2. Pendapatan Penjualan McD di Sidoarjo Periode 2022 - 2024

Tabel 3. Skala Likert

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Tabel 9. Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Brand Image*

Tabel 10. Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Brand Trust*

Tabel 11. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan

Tabel 12. Uji *Outlier*

Tabel 13. *Outer Loadings* (Mean, STDEV, T-Values)

Tabel 14. *Cross Loadings*

Tabel 15. *Average Variance Extracted (AVE)*

Tabel 16. *Composite Reliability*

Tabel 17. *Latent Variable Correlations*

Tabel 18. R-Square

Tabel 19. *Path Coefficients* (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olahan Data

PENGARUH *BRAND IMAGE* AN *BRAND TRUST* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KFC DI SIDOARJO

Oleh

MUHAMMAD ABDUSSALAM

19012010061

ABSTRAK

Sektor bisnis di era teknologi berkembang sangat pesat pada dinamika persaingan bisnis yang terjadi saat ini. Salah satunya terjadi pada sektor industri makanan. Badan Pusat Statistika (BPS) mencatat industri *food & beverage* di Indonesia meningkat sebesar 2,5 persen menjadi 775,1 triliun di tahun 2021. Masyarakat semakin kritis dalam menentukan produk yang akan dibeli sehingga menuntut perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sebagai upaya mempertahankan pangsa pasar dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Studi ini menganalisa Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan pada KFC di Sidoarjo. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik *non probability sampling*. Analisis data yang dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modelling* yang dibantu menggunakan *software* SmartPLS. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Brand Image* serta variabel *Brand Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Begitupun juga dengan *brand trust* yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada KFC di Sidoarjo.

Kata Kunci : *Brand Image*; *Brand Trust*; Loyalitas Pelanggan

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY AT KFC IN SIDOARJO

By

MUHAMMAD ABDUSSALAM

19012010061

ABSTRACT

The business sector in the technological era is developing very rapidly due to the current dynamics of business competition. One of them occurs in the food industry sector. The Central Statistics Agency (BPS) noted that the food & beverage industry in Indonesia increased by 2.5 percent to 775.1 trillion in 2021. People are increasingly critical in determining which products to buy, thus demanding companies to meet customer needs in an effort to maintain market share and survive in business competition.

This study analyzes the influence of brand image and brand trust on customer loyalty at KFC in Sidoarjo. The method used is a quantitative method with non-probability sampling techniques. Data analysis was carried out using the Structural Equation Modeling method which assisted using SmartPLS software. The results of hypothesis test show that the Brand Image variable and Brand Trust variable have a significant effect on customer loyalty.

Based on the research results, it can be concluded that brand image has a positive and significant effect on customer loyalty. Likewise, brand trust has a positive and significant effect on customer loyalty at KFC in Sidoarjo.

Keywords : Brand Image; Brand Trust; Customer Loyalty