

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *BRAND TRUST* DAN  
*CUSTOMER SATISFACTION PRIVATE LABEL* KEBUTUHAN  
POKOK DI GIANT SURABAYA**

**Skripsi S-1**



**Oleh :  
LINDA PUSPITA SARI  
3103011023**

**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2015**

PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *BRAND TRUST* DAN  
*CUSTOMER SATISFACTION PRIVATE LABEL* KEBUTUHAN POKOK  
DI GIANT SURABAYA

SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Bidang Studi Manajemen

OLEH:

LINDA PUSPITA SARI

3103011023

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

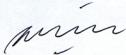
**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *BRAND TRUST* DAN  
*CUSTOMER SATISFACTION PRIVATE LABEL*  
KEBUTUHAN POKOK DI GIANT SURABAYA**

Oleh :

Linda Puspita Sari  
3103011023

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec., Lydia Ari W, MM

Tanggal : 2/3/2016

Pembimbing II,



Dra. Ec., Ninuk Muljani, MM

Tanggal : 2/3/2016

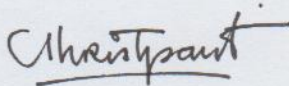
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Linda Puspita Sari

NRP : 3103011023

Telah diuji pada tanggal 9 Agustus 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

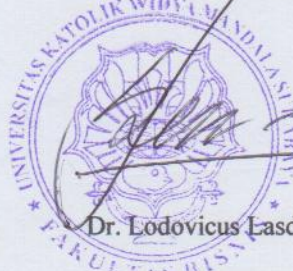

Ketua Tim Penguji :



DR. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)

Mengetahui:

Dekan ,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Linda Puspita Sari

NRP : 3103011023

Judul Skripsi : **PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *BRAND TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PRIVATE LABEL KEBUTUHAN POKOK DI GIANT SURABAYA.**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Agustus 2016

Yang Menyatakan,



(Linda Puspita Sari)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kasih Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Perceived Quality dan Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty* pada *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction private label* kebutuhan pokok di Giant Surabaya” dari proses awal hingga proses akhir penelitian ini. Selain itu ada pula tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan mulai dari waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari W, MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan

pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Terima kasih juga kepada keluarga tercinta, khususnya Papa, Mama, Kakak dan adik tercinta Nina dan Lisa yang telah memberikan banyak dukungan dan nasehat serta tidak lupa mendoakan kelancaran untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman SMA penulis Winda, Jessica, Michelle dan Samuel yang selalu memberikan dukungan, waktu dan nasehat dalam mengerjakan skripsi ini
8. Teman-teman kuliah penulis Pricil, Siska, Feliana, Novita, Desy, Olivia dan Silvy yang selalu direpotkan oleh penulis, serta telah memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
9. Teman – teman kantor yang selalu meluangkan waktu, memberikan semangat, nasehat serta doa juga demi kelancaran dan cepat terselesaikannya skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan positif kepada pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Dengan segala kekurangan serta pengalaman yang ada, penulis dapat menerima saran serta kritik guna membangun dari para pembaca dalam perbaikan penelitian ini pada masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan–kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, April 2016

Penulis

Linda Puspita Sari



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 <i>Perceived Quality</i> .....	11
2.2.2 <i>Perceived Value</i> .....	12
2.2.3 <i>Brand Trust</i> .....	14
2.2.4 <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.2.5 <i>Brand Loyalty</i> .....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.3.1 <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Trust</i> .....	20
2.3.2 <i>Perceived Quality</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	21

2.3.3	<i>Perceived Value</i> dan <i>Brand Trust</i> .....	21
2.3.4	<i>Perceived Value</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.3.5	<i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i> .....	23
2.3.6	<i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Brand Loyalty</i> .....	24
2.4	Model Penelitian .....	25
2.5	Hipotesis .....	25
<b>BAB 3.</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>27</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	27
3.2	Identifikasi Variabel .....	27
3.3	Definisi Operasional .....	28
3.4	Pengukuran Variabel.....	30
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.8	Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB 4.</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>36</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	36
4.2	Analisis Deskripsi Variabel Penelitian .....	39
4.3	Analisis Asumsi SEM .....	45
4.3.1	Uji Normalitas .....	45
4.3.2	Uji Validitas .....	47
4.3.3	Uji Reliabilitas .....	48
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	49
4.4	Pengujian Hipotesis .....	52
4.5	Pembahasan .....	54
<b>BAB 5.</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>60</b>
5.1	Simpulan .....	60
5.2	Saran .....	61

5.2.1 Saran Akademis.....	61
5.2.2 Saran Praktis .....	62

Daftar Kepustakaan .

Lampiran.

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Domisili .....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan....	38
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Penggunaan Produk .....	39
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Perceived Quality</i> .....	40
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i> .....	41
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> .....	42
Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskripsi Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	44
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	45
Tabel 4.13. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	46
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.16. Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	49
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Hipotesis .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	25

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3a. Jawaban Responden Variabel *Perceived Quality* dan  
*Perceived Value*
- Lampiran 3b. Jawaban Responden Variabel *Brand Trust* dan  
*Customer Satisfaction*
- Lampiran 3c. Jawaban Responden Variabel *Brand Loyalty*
- Lampiran 4. Hasil Responden
- Lampiran 5. Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. Uji Normalitas
- Lampiran 7. Uji Validitas
- Lampiran 8. Uji Reliabilitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Struktural Equation Model
- Lampiran 10. Path Diagram

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA *BRAND TRUST* DAN  
*CUSTOMER SATISFACTION PRIVATE LABEL* KEBUTUHAN  
POKOK DI GIANT SURABAYA**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceived quality* dan *perceived value* terhadap *brand loyalty* pada *brand trust* dan *customer satisfaction private label* kebutuhan pokok di Giant Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis yang disertai pengujian statistik. Variabel penelitian meliputi 2 variabel eksogen yang terdiri dari *Perceived Quality* dan *Perceived Value*, 2 variabel mediating yang terdiri dari *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction*, dan 1 variabel endogen yaitu *Brand Loyalty*. Jumlah sampel penelitian sebanyak 160 sampel. Teknik analisis data menggunakan *structural equation modeling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *perceived quality* terhadap *brand trust*, *perceived quality* terhadap *customer satisfaction*, *perceived value* terhadap *brand trust*, *perceived value* terhadap *customer satisfaction*, *brand trust* terhadap *brand loyalty*, serta hasil penelitian ini juga menunjukkan *customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*.

**Kata Kunci :** *Experiential Marketing, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction.*

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED QUALITY AND PERCEIVED  
VALUE ON BRAND LOYALTY ON BRAND TRUST AND  
CUSTOMER SATISFACTION A PRIVATE LABEL  
BASIC NEEDS GIANT IN SURABAYA**

**ABSTRACT**

This study aimed to analyze the influence of perceived quality and perceived value on brand loyalty on brand trust and customer satisfaction a private label basic needs Giant in Surabaya. This study is accompanied by statistical testing hypotheses. The research variables include two exogenous variables consists of Perceived Quality and Perceived Value, two mediating variables consists of Brand Trust and Customer Satisfaction, and one endogenous variable that is Brand Loyalty. Total sample of 160 samples. Data were analyzed using structural equation modeling (SEM).

The results of this study indicate that there is a positive effect of perceived quality to brand trust, perceived quality to customer satisfaction, perceived value to brand trust, perceived value to customer satisfaction, brand trust to brand loyalty. And the results of study also showed a positive effect on customer satisfaction on brand loyalty.

**Keywords:** *Perceived Quality, Perceived Value, Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*