

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**



Oleh :
Edward Chrystyanto
3103010226

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

Edward Chrystyanto

3103010226

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

OLEH:

EDWARD CHRYSYANTO

3103010226

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Dosen Pembimbing I,



LENA ELLITAN, Ph.D

NIK 311.95.0227

Dosen Pembimbing II,



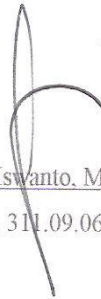
Dra. Ec. NINUK MULJANI, MM

NIK 311.95.0230

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Edward Chrystyanto. NRP: 3103010226 Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



J.C. Budi Iswanto, MA., Ph.D

NIK. 311.09.0628

Mengetahui:



Dekan,

D. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Edward Chrystyanto
NRP : 3103010226
Judul Skripsi : **Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Pada Pelanggan *Smartphone* Samsung Di Surabaya**

Menyatakan bahwa karya tulis yang saya buat adalah ASLI, jika terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

Saya juga menyetujui tugas akhir ini dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Surabaya, 19 Desember 2014



Edward Chrystyanto

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas semua Kasih dan anugerahNya, sehingga penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Trust Dan Customer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Pada Pelanggan Smartphone Samsung Di Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena tanpa kehendak-Nya skripsi ini tidak dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyani, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Ibu Lena Ellitan, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Ibu Dra.Ec.Ninuk Muljani, MM., selaku dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
8. Orang Tua, adik-adik yang selalu memberikan dukungan, semangat dan perhatian yang menjadi sebuah motivasi kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan masukan-masukan dalam penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah berpartisipasi, yang saya tidak bisa sebutkan –persatu, bantuan kalian sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 19 Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xiiv
ABSTRAK	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 <i>Brand Trust</i>	8
2.2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	9
2.2.3 <i>Brand Loyalty</i>	11
2.3 Pengaruh Antar Variabel	13

2.3.1 Pengaruh BT Terhadap CS	13
2.3.2 Pengaruh CS Terhadap BL	14
2.3.3 Pengaruh BT Terhadap BL	14
2.3.4 Pengaruh BT Terhadap BL melalui CS	15
2.4 Kerangka Konseptual	15
2.5 Hipotesis	16
BAB 3: METODE PENELITIAN	17
3.1 Jenis Penelitian	17
3.2 Identifikasi Variabel	17
3.3 Definisi Operasional	17
3.4 Pengukuran Variabel	19
3.5 Jenis dan Sumber Data	19
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	20
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..	20
3.8 Teknik Analisis Data	21
3.8.1 Uji Validitas	21
3.8.2 Uji Reliabilitas	21
3.8.3 Analisa <i>Structural Equation Modeling</i>	23
3.8.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	24
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Karakteristik Responden	27
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	27
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	28
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	29
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah	

<i>Smartphone Samsung</i>	29
4.2 Deskripsi Data	28
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	
Pelayanan.....	31
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	31
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	33
4.3 Analisis Data	34
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	34
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
4.4 Persamaan Struktural	36
4.6 Pengujian Hipotesis	39
4.7 Pembahasan	39
4.7.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Customer</i>	
<i>Satisfaction</i>	39
4.7.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Brand</i>	
<i>Loyalty</i>	40
4.7.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyaty</i>	41
4.7.4 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	
Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	42
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN.....	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	44
DAFTAR KEPUSTAKAAN	45
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Kategori Smartphone	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Saat ini dan Penelitian terdahulu .	7
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	29
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Smartphone Samsung	30
Tabel 4.6 Interval Rata – Rata Skor	30
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i>	29
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	32
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	33
Tabel 4.10 Uji <i>Univariate Normality</i>	34
Tabel 4.11 Uji <i>Multivariate Normality</i>	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.14 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	37
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Normalitas
- Lampiran 8 *Output* SEM
- Lampiran 9 *Output* Gambar *Estimates*
- Lampiran 10 *Output* Gambar *Standart Solution*
- Lampiran 11 *Output* Gambar *T-Value*

**EFFECT OF BRAND TRUST TO AFFECT BRAND LOYALTY BY
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER
SMARTPHONE SAMSUNG IN SURABAYA**

Edward Chrystyanto

Ed.ward_ch@hotmail.com

Abstract

The aim of the research is to analyze how the brand trust can affect brand loyalty through customer satisfaction. This research is using quantitative approach, and collected in form of figures that will be tested with statistical methods. This research uses quantitative data. The population in this study research are all users of smartphone Samsung and domicile in Surabaya. The instrument of the research uses questionnaires which distributed to 150 respondents and analyzed by using Structural Equation Modelling (SEM). The result of the research show that brand trust and customer satisfaction has positive and significant influence on brand loyalty to customer smartphone in Surabaya.

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

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN
SMARTPHONE SAMSUNG DI SURABAYA**

Edward Chrystyanto

Ed.ward_ch@hotmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* melalui *customer satisfaction*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu angka-angka yang akan diuji dengan metode statistik. Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna *smartphone* Samsung yang berdomisili di Surabaya. Adapun alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner, yang disebarakan kepada 150 responden dan kemudian dianalisis menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand trust* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada pelanggan *smartphone* Samsung di Surabaya.

Kata kunci: *Brand Trust, Customer Satisfaction, Brand Loyalty*