

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEPATU BATA  
DI ROYAL PLASA SURABAYA**



**Oleh :**  
**Hermawan Prawira Kusuma**  
**3103011258**

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
**2016**

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEPATU BATA  
DI ROYAL PLASA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**HERMAWAN PRAWIRA KUSUMA**

3103011258

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA**

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI  
*CUSTOMER SATISFACTION* SEPATU BATA  
DI ROYAL PLASA SURABAYA**

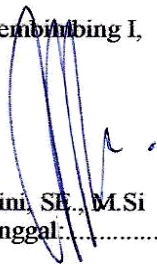
**OLEH :**

**HERMAWAN PRAWIRA KUSUMA**

**3103011258**

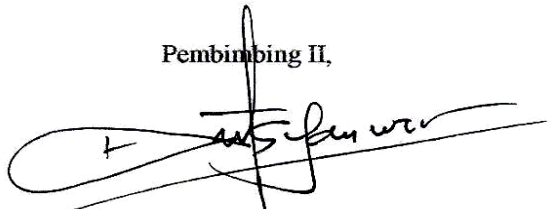
**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji**

**Pembimbing I,**



**Arimi, SE., M.Si**  
Tanggal:.....

**Pembimbing II,**



**A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si**  
Tanggal:.....

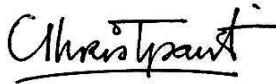
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : HERMAWAN PRAWIRA KUSUMA

NRP : 3103011258

Telah diuji pada tanggal 27-07-2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



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

NIK. 311.89.0163

Mengetahui:


Dekan,



Dr. Edo vicentius Lasdi, MM., Ak., CA

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 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hermawan Prawira Kusuma

NRP : 3103011258

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Sepatu Bata di Royal Plasa 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 dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, July 2016

Yang menyatakan



(Hermawan Prawira Kusuma)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, atas semua Kasih dan anugerahNya, sehingga penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sepatu Bata di Royal Plasa 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 Arini, SE, M.Si., 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. Bapak A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si., 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, Juni 2016

Hermawan Prawira Kusuma

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.3. Pengaruh Antar Variabel .....	16
2.4. Kerangka Konseptual .....	18
2.5. Hipotesis.....	19



BAB 3. METODE PENELITIAN.....	20
3.1. Jenis Penelitian .....	20
3.2. Identifikasi Variabel.....	20
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	20
3.4. Pengukuran Variabel.....	23
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	24
3.8. Teknik Analisis Data .....	25
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Karakteristik Responden.....	31
4.2. Deskripsi Data.....	34
4.3. Analisis Data.....	39
4.4. Persamaan Struktural.....	41
4.5. Uji Kecocokan Model.....	42
4.6. Pengujian Hipotesis.....	44
4.7. Pembahasan.....	45
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....	50
5.1. Simpulan .....	50
5.2. Saran .....	51

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1. Top Brand Index katagori Sepatu .....	4
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 4.1 Jenis Kelamin .....	31
Tabel 4.2. Usia.....	32
Tabel 4.3. Profesi.....	33
Tabel 4.4. Penghasilan.....	34
Tabel 4.5. Memiliki Sepatu Bata.....	34
Tabel 4.6. Interval Rata-Rata Skor.....	35
Tabel 4.7. Statistik Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> .....	36
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	38
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	39
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	40
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.14. Ikhtisar <i>Goodness Of Fit</i> .....	43
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis.....	44

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	19

## 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. Gambar *Standardized Solution*
- Lampiran 10. Gambar *T-Value*
- Lampiran 11. Gambar *Estimates*

## 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 Sepatu Bata yang pernah membeli di Royal Plasa 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 konsumen Sepatu Bata di Royal Plasa Surabaya.

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

## **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 brick shoe users who've bought in the Royal Plasa 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 Bata shoes in Royal Plasa Surabaya.*

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