

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA KAOS ZARA  
DI SURABAYA**



**OLEH :**

**ERIC HENDRAWAN SUTRISNO**

**3103011055**

**Jurusan Manajemen-Fakultas Bisnis  
Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya  
2015**

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA PRODUK KAOS ZARA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

ERIC HENDRAWAN SUTRISNO

3103011055

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2015

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA KAOS ZARA DI SURABAYA**

Oleh:

Eric Hendrawan Sutrisno

3103011055

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

Pembimbing I,



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

Tanggal: 10-03-2015

Pembimbing II,



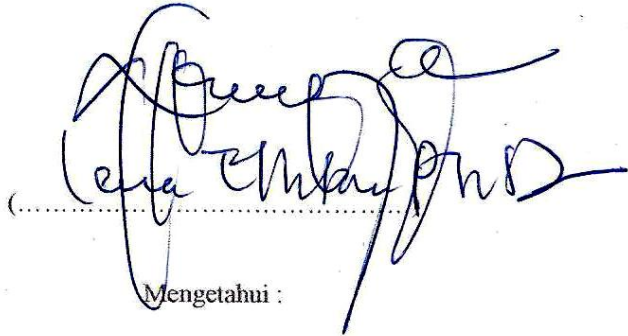
Maria Mia K, SE., MM

Tanggal: 16-03-2015

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Eric Hendrawan dengan NRP 3103011055  
Telah diuji pada Tanggal 25 Maret 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji :



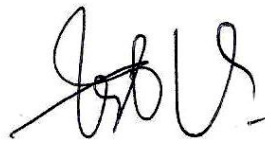
Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321.99.0370



A handwritten signature in blue ink, likely belonging to Elisabeth Supriharyanti.

Elisabeth Supriharyanti, SE.M.Si

NIK. 311.99.0369

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi berkembangnya ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eric Hendrawan Sutrisno  
NRP : 3103011055  
Judul : *PENGARUH BRAND PERSONALITY DAN BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PRODUK KAOS MEREK ZARA DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya saya, dan apabila jika terbukti saya melakukan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 2015

Yang menyatakan



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “PENGARUH *BRAND PERSONALITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA KAOS ZARA DI SURABAYA”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si Ketua Jurusan Manajemen - Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP) sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Maria Mia Kristanti, SE., MM sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.

6. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 2015

Eric Hendrawan

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah .....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
Abstract .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penulisan.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	21
2.4. Model Penelitian.....	25
2.5. Hipotesis.....	25



BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1. Desain Penelitian.....	27
3.2. Identifikasi Variabel.....	27
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.6. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7. Teknik Analisis Data.....	33
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Data Penelitian.....	36
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
4.3. Uji Asumsi <i>Structural Equational Modelling</i> (SEM).....	44
4.4. Evaluasi Kecocokan Model.....	49
4.5. Uji Kecocokan Model.....	50
4.6. Pengujian Hipotesis.....	51
4.7. Pembahasan.....	53
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	62
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	63
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penghargaan yang diperoleh <i>brand</i> Zara.....	6
Tabel 3.1	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	34
Tabel 4.1	Usia.....	36
Tabel 4.2	Pengalaman Pembelian minimal 2 kali dalam 6 bulan ...	37
Tabel 4.3	Domisili.....	37
Tabel 4.4	Pengeluaran per Bulan.....	38
Tabel 4.5	Status Perkawinan.....	38
Tabel 4.6	Interval Penilaian.....	39
Tabel 4.7.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Personality</i> .....	40
Tabel 4.8.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> .....	41
Tabel 4.9.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	42
Tabel 4.10.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	44
Tabel 4.11.	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	45
Tabel 4.12.	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	46
Tabel 4.13.	Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.14.	Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.15.	<i>Goodness of Fit</i> .....	50
Tabel 4.16.	Batas Nilai Koefisien Korelasi.....	51
Tabel 4.17.	Pengujian Hipotesis.....	52

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 4.1 Model Struktural.....	49

## 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 Lisrel
- Lampiran 9. Gambar *Estimates*
- Lampiran 10. Gambar *T-Value*
- Lampiran 11. Gambar *Standardized*

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *brand personality* dan *brand trust* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pada konsumen kaos Zara di Surabaya

Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen kaos merek Zara yang memiliki intensitas pembelian minimal dua kali dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *brand personality* dan *brand trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction* serta *customer loyalty*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti merekomendasikan kepada pengelola *brand* Zara untuk mengedepankan aspek yang menunjukkan kesesuaian *brand* Zara dengan karakter konsumen serta memegang teguh komitmen berupa tanggung jawab produk kepada konsumen.

**Kata Kunci:** *Brand Personality, Brand Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the effect of brand personality and brand trust on customer satisfaction and customer loyalty in customers shirt Zara brand in Surabaya*

*This research is a causal research using survey method. Sampling technique used was non-probability sampling. This type of method is purposive sampling. The sample in this study is the customer brand Zara shirt that has an intensity minimum purchase twice in the last six months. The analysis technique used is SEM with LISREL program.*

*The results of this analysis indicate that found that brand personality and brand trust has a significant influence on customer satisfaction and customer loyalty.*

*Based on the research, the researchers recommend to the Zara brand manager for the aspects that demonstrate conformity with the Zara brand customer character and uphold the commitment in the form of responsibility to the customer product.*

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