

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada *customer* *Colombus Cash and Credit
Sunter*)**

SKRIPSI

CHRISTI KATHERINE

21150000215



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi Kasus pada *Customer Colombus Cash and Credit Sunter*)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 09 Maret 2020

Christi Katherine
NPM : 21150000215

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**
(Studi Kasus pada *Customer Colombus Cash and Credit Sunter*)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Joko Bagio Santoso, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.


Jakarta, 09 Maret 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Joko Bagio Santoso, SE., MM



Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

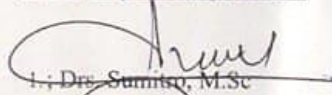
Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**

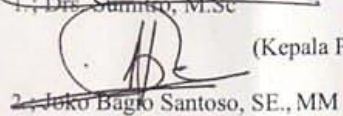
(Studi Kasus pada *Customer Colombus Cash and Credit Sunter*)

telah diuji dalam suatu sidang karya ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal **8 September 2020** dengan nilai **A**

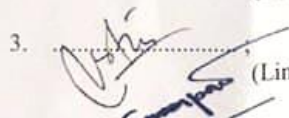
Panitia Ujian Karya ilmiah

1. 
1. Drs. Sumitro, M.Sc

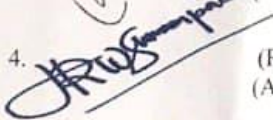
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2. 
2. Joko Bagio Santoso, SE., MM

(Pembimbing)

3. 
3. Lina Noersanti, S.Si, M.Si

(Lina Noersanti, S.Si, M.Si)

4. 
4. Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si

(Ruland Willy Jack Sumampouw, SE., M.Si
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan YME berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Joko Bagio Santoso, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan karya ilmiah ini.
2. Bapak / Ibu dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas ilmu yang diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Kedua orang tua saya serta keluarga besar yang telah memberikan bantuan dukungan moral, selalu mendoakan dengan setulus hati sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah.
7. Kepada teman-teman saya yang selalu memberikan motivasi, semangat, mendoakan, dan meluangkan waktunya untuk menemani peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
8. Kepada rekan-rekan kerja yang telah memberikan izin dan bantuan pada peneliti pada saat jam kerja untuk mengurus keperluan yang berkaitan dengan pembuatan karya ilmiah ini.

9. Untuk seluruh pihak yang telah memberikan bantuan serta dukungan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 09 Maret 2020

Christi Katherine
NPM : 21150000215

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Christi Katherine
NPM : 21150000215
Program Studi : S1 - Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus pada *Customer Colombus Cash and Credit Sunter*)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 09 Maret 2019

Yang menyatakan,

Christi Katherine

Christi Katherine
NPM 2115000303
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Joko Bagio Santoso, SE., MM

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus pada *Customer Colombus Cash and Credit Sunter*)**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan terhadap *customer Colombus Cash and Credit* dengan populasi sebesar 258 orang dan ditetapkan sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yaitu peneliti mengambil sampel secara acak.

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan data yang bersumber langsung dari responden yang disajikan dalam bentuk skala *likert*. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara dan angket. Metoda statistik yang digunakan adalah analisis jalur dengan aplikasi WarpPLS 6.0.

Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh langsung antara *brand image* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Terdapat pengaruh langsung antara kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan (Y) terhadap loyalitas pelanggan (Z). Terdapat pengaruh langsung antara *brand image* (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Z) terdapat pengaruh langsung antara kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Z). Tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara *brand image* (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y). Terdapat pengaruh tidak langsung antara kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Z) melalui kepuasan pelanggan (Y).

Kata kunci : Brand Image, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

| | |
|---|--|
| <p>Christi Katherine NPM 21150000215 S1 Majoring in Management</p> | <p><i>Advisor :</i> Joko Bagio Santoso, SE., MM</p> |
| <p><i>THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION (Case Study On Customers Colombus Cash and Credit Sunter)</i></p> | |
| <p>ABSTRACT</p> <p><i>The purpose of this study is to determine the effect of brand image and trust on customer loyalty through customer satisfaction. The study was conducted on Colombus Cash and Credit customers with a population of 258 people and a sample of 100 people was determined. The sampling technique used in this study is probability sampling with a simple random sampling technique that is the researcher takes a random sample.</i></p> <p><i>The type of data needed in this research is quantitative data. Quantitative data in this study are data sourced directly from respondents presented in the form of a Likert scale. Data collection techniques used include observation, interviews and questionnaires. The statistical method used is path analysis with the WarpPLS 6.0 application.</i></p> <p><i>The results of this study have a direct effect between brand image (X1) on customer satisfaction (Y). There is a direct influence between trust (X2) on customer satisfaction (Y). There is a direct influence between customer satisfaction (Y) on customer loyalty (Z). There is a direct influence between brand image (X1) on customer loyalty (Z) there is a direct influence between trust (X2) on customer loyalty (Z). There is no indirect effect between brand image (X1) on customer loyalty (Z) through customer satisfaction (Y). There is an indirect effect between trust (X2) on customer loyalty (Z) through customer satisfaction (Y).</i></p> | |
| <p><i>Keywords : Brand Image, Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty</i></p> | |

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|--|----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .. | vii |
| ABSTRAK..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 4 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu | 7 |
| 2.2. Landasan Teori | 14 |
| 2.2.1. Definisi Perilaku Konsumen..... | 14 |
| 2.2.2. Loyalitas Pelanggan..... | 15 |
| 2.2.2.1. Definisi Loyalitas Pelanggan..... | 15 |
| 2.2.2.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan..... | 15 |
| 2.2.2.3. Tahapan Loyalitas Pelanggan | 16 |
| 2.2.2.4. Indikator Loyalitas Pelanggan | 17 |
| 2.2.3. Kepuasan Pelanggan..... | 18 |
| 2.2.3.1. Definisi Kepuasan Pelanggan | 18 |
| 2.2.3.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan. | 19 |
| 2.2.3.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan..... | 20 |

| | |
|--|----|
| 2.2.4. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 23 |
| 2.2.4.1. Definisi Citra Merek (<i>Brand Image</i>) | 23 |
| 2.2.4.2. Dimensi dan Indikator Brand Image | 23 |
| 2.2.4.3. Faktor mempengaruhi Pembentukan Brand Image | 25 |
| 2.2.5. Kepercayaan | 26 |
| 2.2.5.1. Definisi Kepercayaan | 26 |
| 2.2.5.2. Indikator Kepercayaan..... | 26 |
| 2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian..... | 27 |
| 2.3.1. Pengaruh langsung antara <i>brand image</i> terhadap kepuasan pelanggan | 27 |
| 2.3.2. Pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan | 27 |
| 2.3.3. Pengaruh langsung antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Columbus <i>Cash</i> dan <i>Credit Sunter</i> | 28 |
| 2.3.4. Pengaruh langsung antara <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan | 28 |
| 2.3.5. Pengaruh langsung antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan | 29 |
| 2.3.6. Pengaruh tidak langsung antara <i>brand image</i> terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Columbus <i>Cash</i> dan <i>Credit Sunter</i> | 30 |
| 2.3.7. Pengaruh tidak langsung antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Columbus <i>Cash</i> dan <i>Credit Sunter</i> | 30 |
| 2.4. Pengembangan Hipotesis | 31 |
| 2.5. Kerangka Konseptual | 32 |

BAB III METODA PENELITIAN..... 33

| | |
|---|----|
| 3.1. Strategi Penelitian..... | 33 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 33 |
| 3.2.1. Populasi penelitian | 33 |
| 3.2.2. Sampel penelitian..... | 34 |
| 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data | 34 |
| 3.4. Operasionalisasi Variabel..... | 36 |
| 3.5. Metoda Analisis Data | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.1. Metoda Statistik Data | 38 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 43 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian | 43 |
| 4.2. Deskripsi Responden | 44 |
| 4.3. Analisis <i>Outer Model</i> | 49 |
| 4.3.1. <i>Convergent Validity</i> | 49 |
| 4.3.2. <i>Composite Reliability</i> | 52 |
| 4.3.3. <i>Cronbach's Alpha</i> | 52 |
| 4.4. Analisis Inner Model | 53 |
| 4.5. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh..... | 56 |
| 4.5.1. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung | 57 |
| 4.5.2. Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Tidak Langsung..... | 61 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | 63 |
| 5.1. Simpulan..... | 63 |
| 5.2. Saran..... | 64 |
| 5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |

DAFTAR TABEL

Halaman

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1. Daftar Perusahaan Khusus Menyar Pembiayaan Konsumen | 2 |
| Tabel 3.2. Skala Likert..... | 35 |
| Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel | 36 |
| Tabel 4.1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden | 44 |
| Tabel 4.2. Deskripsi Usia Responden..... | 45 |
| Tabel 4.3. Deskripsi Penghasilan / Uang Saku Responden... .. | 45 |
| Tabel 4.4. Deskripsi Pekerjaan Responden... .. | 46 |
| Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X_1) | 46 |
| Tabel 4.6. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X_2) | 47 |
| Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) | 47 |
| Tabel 4.8. Frekuensi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Z) | 48 |
| Tabel 4.9. <i>Output Combine Loading and Cross Loading</i> | 50 |
| Tabel 4.10. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>,..... | 51 |
| Tabel 4.11. <i>Correlations</i> among l.vs. with sq. rts. of AVEs.....,..... | 51 |
| Tabel 4.12. <i>Composite Reliability</i> pada <i>Latent Variable Coefficients</i> | 52 |
| Tabel 4.13. <i>Cronbach Alpha</i> pada <i>Laten Variabel Coefficients</i> | 52 |
| Tabel 4.14. <i>Model Fit Indies</i> | 53 |
| Tabel 4.15. <i>R-Squared Contribution</i> | 55 |
| Tabel 4.16. <i>Effect Size</i> | 55 |
| Tabel 4.17. Rangkuman Uji Hipotesis Pengaruh Langsung..... | 60 |
| Tabel 4.18. <i>Indirect Effect</i> | 61 |
| Tabel 4.19. <i>Indirect Effect</i> | 62 |
| Tabel 4.20. Rangkuman Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian..... | 32 |
| Gambar 4.1. Hasil Pengolahan Data..... | 56 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | Halaman |
|---|----------------|
| Lampiran 1. Daftar Kuesioner..... | 69 |
| Lampiran 2. Deskripsi Responden | 74 |
| Lampiran 3. Tabulasi Data..... | 77 |
| Lampiran 4. <i>Output</i> WarpPLS | 89 |
| Lampiran 5. Surat Keterangan Riset | 100 |
| Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup..... | 101 |

