

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

SKRIPSI

REZA HAZMI RAFSANJANI

21150000380



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

SKRIPSI

REZA HAZMI RAFSANJANI

21150000380



**SKRIPSIINI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

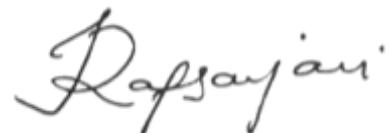
Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasi dana tau 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, 23 Februari 2022



REZA HAZMI RAFSANJANI

NPM 21150000380

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ibu Dr. Engkur, S.IP., M.E dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 23 Februari 2022

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Dr. Engkur, S.IP., M.E



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.



HALAMAN PENGESAHAN

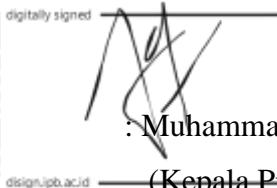
Skripsi dengan judul :

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 23 Februari 2022.

Panitia Ujian Skripsi



: Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.



: Dr. Engkur, S.I.P., M.E

(Pembimbing)

3.



: Dr. Indra Sakti, SE., MM

(Anggota Penguji I)

4.



: Drs. Budiono, M.Sc

(Anggota Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)” yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

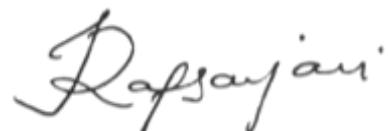
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Engkur, S.IP., M.E selaku dosen pembimbing pada penulisan skripsi ini yang telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Indra Sakti, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Budiono, M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Bapak H. Agustian Burda, BSBA., MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
6. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
7. Seluruh dosen dan staf pengajar di STEI yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan pendidikan selama masa perkuliahan.

8. Bapak Fahmi Handika Akbar dan Bapak Bagas Praditya Yunanda selaku Owner dan Co-Owner Lookit Barber yang telah mengizinkan dan membantu dalam proses memperoleh data yang diperlukan peneliti.
9. Kedua Orang Tua saya, Ayah Sri Suwaji dan Ibu Neneng Lutfiah serta Adik Kandung saya Lintang Sekar Kusumaningrum sebagai faktor utama saya hingga bisa menyelesaikan perkuliahan ini. Terimakasih atas doa, semangat, dan motivasi yang tiada henti dalam bentuk moral maupun materil untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Ade Noftiana yang telah memberikan dukungan dan semangat yang tidak henti hentinya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
11. Vibrian, Galang Yusup Prambudi, Abu Hirzan Fachri, Fajar Maulana, Yudistira Arfiyan dan Ryan Richard Tri Putro yang telah menjadi teman untuk berdiskusi hal apapun selama masa perkuliahan.
12. UKM Futsal STEI yang telah memberikan tempat dan pengalaman yang berkesan selama masa kuliah.
13. Teman-teman dosen per-bimbingan Ibu Dr. Engkur S.IP, M.Eyang saling memberikan semangat, perhatian, informasi *update* terkait skripsi dan saling *support* untuk bisa tepat waktu dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.

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

Jakarta, 23 Februari 2022



Reza Hazmi Rafsanjani

NPM 21150000380

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Hazmi Rafsanjani

NPM : 21150000380

ProgramStudi : S-1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

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

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)

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 skripsi 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 : 23 Februari 2022

Yang menyatakan,



Reza Hazmi Rafsanjani

Reza Hazmi Rafsanjani NPK : 21150000380 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : (Dr. Engkur, S.I.P., M.E)
PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN <i>WORD OF MOUTH</i> TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN	
(Studi Kasus Pada Konsumen Lookit Barber)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.</p> <p>Penelitian yang dilakukan menggunakan strategi asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana data diperoleh melalui kuesioner dengan data yang dikumpulkan dari pernyataan dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda.</p> <p>Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Terdapat pengaruh signifikan dan positif Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan, Terdapat pengaruh signifikan dan positif Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan, Terdapat pengaruh signifikan dan negatif <i>Word Of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara simultan terdapat pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan <i>Word Of Mouth</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.</p>	
Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan, Word Of Mouth,Loyalitas Pelanggan	

Reza Hazmi Rafsanjani NPK : 21150000380 Bachelor of Management	Supervisor : (Dr. Engkur, S.I.P., M.E)
THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, TRUST AND WORD OF MOUTH ON CUSTOMER LOYALTY <i>(Study on Lookit Barber Consumers)</i>	
ABSTRACT	
<p><i>This study aims to determine the influence of brand image, trust and Word Of Mouth on customer loyalty.</i></p> <p><i>The research was conducted using an associative strategy, namely research that aims to determine the influence between at least two or more variables and look for cause and influence. The research method used in this study is a survey research method, where data is obtained through a questionnaire with data collected from statements with a total sample of 92 people. The sampling method used in this study was purposive sampling and analyzed using multiple linear regression.</i></p> <p><i>The results of the study conclude that there is a significant and positive influence of brand image on customer loyalty, there is a significant and positive influence of trust on customer loyalty, there is a significant and negative influence of Word Of Mouth on loyalty Customer. Simultaneously there is the influence of Brand Image, Trust and Word Of Mouth on Customer Loyalty.</i></p>	
Keywords : <i>Brand Image, Trust, Word Of Mouth, Customer Loyalty</i>	

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	viii
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Citra Merek	6
2.1.2 Indikator – indikator dalam citra merek	6
2.1.3 Tujuan Merek.....	7
2.1.4 Kepercayaan.....	8
2.1.5 Jenis-jenis Kepercayaan.....	9
2.1.6 Indikator – Indikator Kepercayaan	9
2.1.7 <i>Word Of Mouth</i>	10

2.1.8 Indikator - Indikator <i>Word Of Mouth</i>	10
2.1.9 Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.10 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.11 Dimensi Loyalitas Pelanggan	12
2.1.12 Indikator Loyalitas Pelanggan	12
2.2. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	17
2.3.1 Kerangka Fikir	18
2.3.2 Hipotesis atau proposisi	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Strategi Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.2.1 Populasi Penelitian.....	22
3.2.2 Sampel Penelitian	23
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	24
3.3.1 Sumber Data	24
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.5 Metode Analisis Data	28
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	29
3.6 Uji Instrumen Data	29
3.6.1 Uji Validitas.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas	30
3.7 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.1 Uji Multikolinearitas.....	31
3.7.2 Uji Heterokedastisitas	31
3.8 Uji Analisis Data	32
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.9 Uji Hipotesis.....	33
3.9.1 Uji Hipotesis dengan uji t	33

3.9.2 Uji Hipotesis dengan uji F	34
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Sejarah Singkat Lookit Barber.....	36
4.1.2 Visi Misi Lookit Barber	37
4.1.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
4.1.4 Karakteristik Profil Responden.....	38
4.2 Hasil Metode Analisis Data.....	40
4.3 Hasil Uji Instrumen Data.....	41
4.3.1 Hasil Uji Validitas	41
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Hasil Uji Multikolinearitas	45
4.4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	46
4.5 Hasil Analisis Data	46
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4.6 Hasil Uji Hipotesis	47
4.6.1 Hasil Uji Hipotesis dengan uji t.....	48
4.6.2 Hasil Uji Hipotesis dengan uji F	49
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran	54
5.3 Keterbatasan Penelitian	55
DAFTAR REFERENSI	56
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala <i>Likert</i> ..	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	27
Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian	38
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Citra Merek	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Word Of Mouth</i>	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedasitas	46
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian..... 17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	60
Lampiran 2 Tabulasi.....	66
Lampiran 3 Hasil Output Eviews	74
Lampiran 4 Surat Keterangan Riset	78
Lampiran 5 Biodata Peneliti.....	80