

**PENGARUH *TRUST IN BRAND*, *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA GERAI INDOSAT
OOREDOO PANGKALPINANG)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh :

**NAMA : SUHARYADI
NIM : 302 12 11 106**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Suharyadi
NIM : 302 12 11 106
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Pengaruh *Trust in Brand*, *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Konsumen pada Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang"

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

H. Sumar, S.E., M.M.
NP. 506808015

Erwin, S.E., M.M., Ph.D.
NP.506507013

Balunujuk, 14 Agustus 2017
Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP.196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH *TRUST IN BRAND*, *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI KASUS PADA GERAJ INDOSAT
OOREDOO PANGKALPINANG)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh: **Suharyadi**

Nomor Induk Mahasiswa: **302 12 11 106**

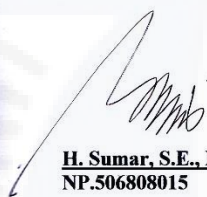
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal, 11 Agustus 2017 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Tim Penguji

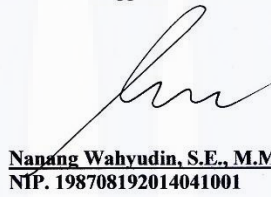
Ketua

Anggota

Anggota



H. Sumar, S.E., M.M.
NP.506808015



Nanang Wahyudin, S.E., M.M.
NIP. 198708192014041001



Christianingrum S.Pd. M.M.
NIP. 198704022014042001

Balunijuk, 14 Agustus 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP.507206007



M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP.196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Trust in Brand, Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Loyalitas Konsumen pada Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang*”**, adalah hasil tulisan saya sendiri, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi”.

Balunijuk, 14 Agustus 2017

Penulis,



Suharyadi

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Hormati dan Hargailah Orangtua mu
maka Hidupmu akan Bahagia,
Tenang, dan Tentram”

“Kekalahan terbesar
bukanlah kegagalan,
tetapi adalah berhenti
dan Menyerah sebelum
merasakan keberhasilan.

Karena sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan”

“Kebahagiaan tidak akan habis hanya karna membaginya. Ketahuilah
kebahagian akan bertambah ketika
kamu bersedia untuk berbagi”
(Andy Noya, Kick Andy)

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- *Allah SWT yang maha esa yang selalu memberi kemudahan, dan jalan terbaik bagi setiap umat manusia.*
- *Ayah dan ibuku tercinta yang telah memberikan dukungan, dan pengorbanan yang tak terhitung banyaknya. Yang tidak pernah berhenti memberi semangat ketika saya sedang jenuh dan putus asa dalam kepasrahan untuk bangkit kembali. Serta yang paling penting tidak pernah berhenti untuk mendoakan.*
- *Kakak dan adikku yang juga tidak berhenti memberi semangat, dan dukungan untukku.*
- *Reno agus andrian dan septiani yang telah, dan selalu membantu dalam pembuatan skripsi ini.*
- *Tiara safitri, alfan azona, reno agus andrian, sulva purnama sari, tendi, sainal akbar, dan teman-teman lainnya yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.*
- *Keluarga besar kelas MN4 yang selalu menemani dan telah berjuang bersama selama masa perkuliahan.*
- *Almamater ku tercinta yang menjadi kebanggaan ku, Universitas Bangka Belitung.*

ABSTRACT

Suharyadi, 302 12 11 106. The influence of trust in brand, brand image and service quality on customer loyalty at Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang.

The background of this research is based on the phenomenon that shows variable of trust in brand, brand image and service quality can influence customer loyalty. The purpose of this research is to determine and to get review of the influence of trust in brand, brand image and service quality on customer loyalty at Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang.

This is descriptive quantitative research with total sampel of 147 respondents, while the sampling method used accidental sampling. The independent variable of this research consisted of trust in brand, brand image and service quality, while the dependent variable is customer loyalty. The test of instrument used validity test and reability test. The method of data analysis used multiple linear regression, t test, F test, and coeicient of determination (R^2).

The result of independent variable X1 is obtained $t_{value} (4.978) > T_{value} (1.9762)$, variable X2 $T_{value} (3.896) > T_{table} (1.9762)$, and variable X3 $t_{value} (4.654) > T_{table} (1.9762)$. Thus all of variable X (independent) partially influence variable Y (dependent). The result of F test indicates that $F_{Value} (75.035) > F_{table} (2.67)$, while the significance is $0.000 < \alpha$ on the significance level of 0.05, means that independent vaeiable (trust in brand, brand image and service quality) simultaneously influence dependent variable (customer loyalty) in the amount of 60.3% an the remaining is 39.7% influenced by other variable out of research.

Keywords: Trust in Brand, Brand Image, Service Quality, and Customer Loyalty.

ABSTRAK

Suharyadi. 302 12 11 106. Pengaruh *Trust in Brand*, *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Konsumen pada Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang.

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena menunjukkan bahwa variabel *trust in brand*, *brand image* dan *service quality* dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *trust in brand*, *brand image* dan *service quality* terhadap loyalitas konsumen pada Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 147 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *trust in brand*, *brand image* dan *service quality*, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas konsumen. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian variabel independen X1 diperoleh $t_{hitung} (4,978) > T_{tabel} (1,9762)$, variabel X2 $t_{hitung} (3,896) > T_{tabel} (1,9762)$, dan variabel X3 $t_{hitung} (4,654) > T_{tabel} (1,9762)$. Maka seluruh variabel X (*independen*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*dependen*). Hasil uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (75,035) > F_{tabel} (2,67)$, sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, berarti variabel *independen* (*trust in brand*, *brand image* dan *service quality*) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel *dependen* (loyalitas konsumen) secara positif dan signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel *independen* (*trust in brand*, *brand image* dan *service quality*) mempengaruhi variabel *dependen* (loyalitas konsumen) sebesar 60,3%, dan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *Trust in Brand*, *Brand Image*, *Service Quality* dan Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas semua rahmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada penulis dan kita semua. Shalawat serta salam selalu dilimpahkan kepada junjungan besar kita Rasulullah SAW beserta keluarga, para sahabat dan para pengikutnya hingga akhir jaman, amin. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang kesarjanaan Program S-1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan, yang tiada lain disebabkan oleh keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi kebaikan dan kemajuan di masa mendatang serta untuk kepentingan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, baik berupa ilmu pengetahuan, dukungan moril maupun materil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada **Bapak H. Sumar, S.E., M.M.** sebagai dosen pembimbing utama dan **Bapak Erwin, S.E., M.M., Ph.D.** sebagai dosen pembimbing pendamping, atas kesabaran dalam bimbingan dan arahnya selama masa penyusunan skripsi.

Selain itu juga penulis menyampaikan rasa hormat dan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si. selaku Rektor Universitas Bangka Belitung
2. Ibu Dr. Reniati, S.E. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Bapak M. Tanggung, S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta staf di lingkungan Universitas Bangka Belitung terutama Fakultas Ekonomi.
5. Gerai Indosat Ooredoo Pangkalpinang yang telah memberikan izin melakukan penelitian skripsi ini.

Akhir kata, penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah pengetahuan kita semua.

Balunjuk, 14 Agustus 2017

Penulis,

Suharyadi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Manajemen Pemasaran	11

2.1.1	Pengertian Pemasaran	11
2.2	<i>Trust in Brand</i>	13
2.2.1	Pengertian <i>Trust in Brand</i>	13
2.2.2	Dimensi <i>Trust in Brand</i>	15
2.3	<i>Brand Image</i>	18
2.3.1	Pengertian <i>Brand Image</i>	18
2.3.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	19
2.4	<i>Service Quality</i>	21
2.4.1	Pengertian <i>Service Quality</i>	21
2.4.2	Dimensi <i>Service Quality</i>	24
2.5	Loyalitas Konsumen	27
2.5.1	Pengertian Loyalitas Konsumen	27
2.5.2	Konsep Loyalitas Konsumen	28
2.5.3	Kategori Loyalitas Konsumen	28
2.5.4	Dimensi Loyalitas Konsumen	31
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.7	Kerangka Berpikir	34
2.7.1	Gambaran <i>Trust in Brand</i> , <i>Brand Image</i> , <i>Service Quality</i> dan Loyalitas Konsumen	35
2.7.2	Hubungan antara <i>Trust in Brand</i> dengan Loyalitas Konsumen	35
2.7.3	Hubungan antara <i>Brand Image</i> dengan Loyalitas Konsumen	36

2.7.4 Hubungan antara <i>Service Quality</i> dengan Loyalitas Konsumen	37
2.7.5 Hubungan antara <i>Trust in Brand, Brand Image</i> , dan <i>Service Quality</i> dengan Loyalitas Konsumen	35
2.8 Hipotesis	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.3 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Jenis Data	44
3.5.1 Data Primer	44
3.5.2 Data Sekunder	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Skala Pengukuran Variabel	46
3.8 Teknik Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif	47
3.8.2 Uji Validitas	47
3.8.3 Uji Reliabilitas	47
3.8.4 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.5 Analisis Regresi Berganda	50

3.8.6 Pengujian Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil Singkat Indosat Ooredoo	52
4.1.2 Visi dan Misi Indosat Ooredoo	53
4.1.2.1 Visi	53
4.1.2.2 Misi	53
4.1.3 Struktur Organisasi Indosat Ooredoo	54
4.2 Hasil Deskriptif Penelitian	55
4.2.1 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	55
4.2.2 Hasil Statistik Deskriptif	57
4.2.3 Rekapitulasi Deskriptif Variabel	80
4.3 Hasil Analisis Data	82
4.3.1 Uji Validitas	82
4.3.2 Uji Reliabilitas	83
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	84
4.3.4 Analisis Regresi Berganda	87
4.3.5 Uji t	89
4.3.6 Uji F	91
4.3.7 Uji R ²	91
4.4 Pembahasan	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.1 Kesimpulan	96

5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	100
DAFTAR LAMPIRAN	



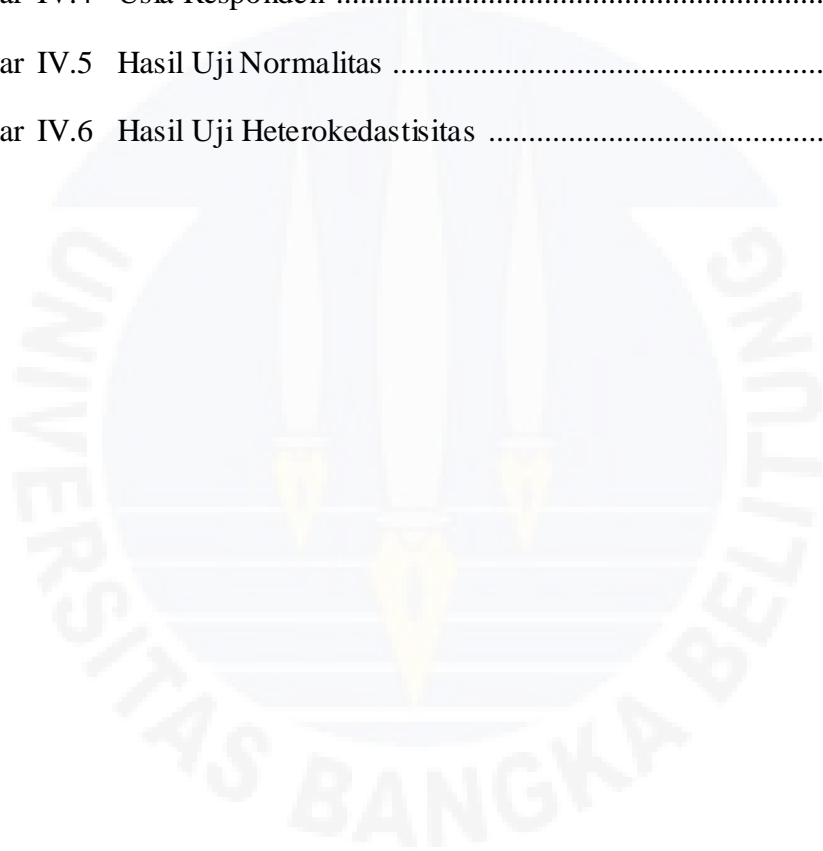
DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Data Pengunjung	3
Tabel I.2	Data Permasalahan	6
Tabel I.3	Data Pra Penelitian	6
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel III.1	Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	41
Tabel III.2	Skala Pengukuran Variabel	46
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden	55
Tabel IV.2	Usia Responden	55
Tabel IV.3	Pekerjaan Responden	56
Tabel IV.4	Indikator Setia Kepada Satu Produk	57
Tabel IV.5	Indikator Memberikan Kenyamanan	57
Tabel IV.6	Indikator Yakin dengan Kualitas Produk	57
Tabel IV.7	Indikator Memberikan Garansi	57
Tabel IV.8	Indikator Promosi produk Sesuai dengan Standart	57
Tabel IV.9	Indikator Meyakinkan Konsumen Atas Merek	57
Tabel IV.10	Rata-rata Jawaban pada <i>Trust in Brand</i>	57
Tabel IV.11	Indikator Kualitas	57
Tabel IV.12	Indikator Kenyamanan	58
Tabel IV.13	Indikator Menambah Rasa Percaya Diri	59
Tabel IV.14	Indikator Inovasi yang Baik	59
Tabel IV.15	Indikator Pengenalan Merek	60

Tabel IV.16	Indikator Image yang Baik	60
Tabel IV.17	Indikator Banyak Pilihan Jenis	61
Tabel IV.18	Rata-rata Jawaban pada <i>Brand Image</i>	75
Tabel IV.19	Indikator Pelayanan Minimal	66
Tabel IV.20	Indikator Respon yang Cepat	66
Tabel IV.21	Indikator Sikap Sopan dan Santun Karyawan	67
Tabel IV.22	Indikator Kerapian Karyawan	67
Tabel IV.23	Indikator Memberikan Keleluasaan Dalam Pelayanan	68
Tabel IV.24	Indikator Dapat diterima Bengas Baik	68
Tabel IV.25	Rata-rata Jawaban pada <i>Service Quality</i>	75
Tabel IV.26	Indikator Pembelian berulang-ulang	70
Tabel IV.27	Indikator Pembelian Lebih Banyak	70
Tabel IV.28	Indikator Merekomendasikan atau Membeli Kembali	71
Tabel IV.29	Indikator Komitmen untuk tidak berpindah Pesaing	72
Tabel IV.30	Rata-rata Jawaban pada Loyalitas Konsumen	75
Tabel IV.31	Hasil Rekapitulasi Deskriptif Variabel	80
Tabel IV.32	Hasil Uji Validitas	82
Tabel IV.33	Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel IV.34	Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel IV.35	Hasil Analisis Regresi Berganda	88
Tabel IV.36	Hasil Analisis Uji t	89
Tabel IV.37	Hasil Analisis Uji F	91
Tabel IV.38	Hasil Analisis Uji R ²	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2	Kerangka Berpikir	36
Gambar IV.1	Struktur Organisasi	53
Gambar IV.2	Jenis Kelamin Responden	55
Gambar IV.3	Pekerjaan Responden	55
Gambar IV.4	Usia Responden	57
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas	84
Gambar IV.6	Hasil Uji Heterokedastisitas	87



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan R^2
- Lampiran 8 Surat Keterangan Riset
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 Dokumentasi Foto