

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY*, KEPUASAN KONSUMEN,
WORD OF MOUTH DAN *TRUST* (KEPERCAYAAN) TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN**

(Pada Konsumen Bengkel BSA Motor Bumiayu)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**

**M ALBAET PANGESTU
1502010041**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY*, KEPUASAN KONSUMEN, *WORD OF MOUTH* DAN *TRUST* (KEPERCAYAAN) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Pada Konsumen Bengkel BSA Motor Bumiayu)



SKRIPSI

M ALBAET PANGESTU

1502010041

Diperiksa dan disetujui oleh :

Pembimbing



Dra. Tri Septin Muji Rahayu M.Si

NIK. 2160128




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : M Albaet Pangestu
NIM : 1502010041
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul : Analisis Pengaruh *Brand Equity*, Kepuasan Konsumen, *Word Of Mouth* dan Trust (kepercayaan) Terhadap Loyalitas Konsumen (Pada Konsumen Bengkel BSA motor Bumiayu)

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

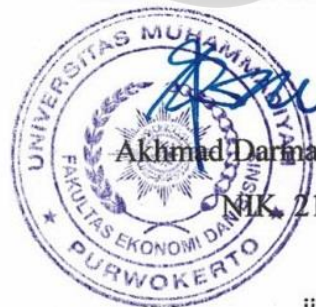
DEWAN PENGUJI

Ketua : Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si ()
Anggota 1 : M Agung Miftahuddin, SE, M.Si ()
Anggota 2 : Purnadi, SE, M, Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 28 Januari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Akhmad Darmawan, SE, M.Si.

NIK. 2160148

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M Albaet Pangestu
NIM : 1502010041
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Januari 2020

Yang membuat pernyataan



M Albaet Pangestu

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS

Sebagai individu akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M Albaet Pangestu
NIM : 1502010041
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalt-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Pengaruh *Brand Equity*, Kepuasan Konsumen, *Word Of Mouth* dan *Trust* (kepercayaan) Terhadap Loyalitas Konsumen (Pada Konsumen Bengkel BSA motor Bumiayu)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihinfomatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : Januari 2020
Yang menyatakan,



M Albaet Pangestu

**ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY*, KEPUASAN KONSUMEN, *WORD OF MOUTH* DAN *TRUST* (KEPERCAYAAN) TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
(Pada Konsumen Bengkel BSA Motor Bumiayu)**

M Albaet Pangestu¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
albaetpangestu.ap@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
septinharyato@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand equity*, kepuasan konsumen, *word of mouth* dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen bengkel BSA motor Bumiayu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel non probability, didapat melalui purposive sampling adalah metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini sebesar 120 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *brand equity*, kepuasan konsumen, *word of mouth* dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selanjutnya hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa *brand equity*, kepuasan konsumen, *word of mouth* dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan variabilitas semua variabel memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 56,3%.

Kata kunci : *brand equity*, kepuasan konsumen, *word of mouth*, kepercayaan, loyalitas konsumen

**ANALYSIS OF INFLUENCE OF BRAND EQUITY, CONSUMER
SATISFACTION, WORD OF MOUTH AND TRUST ON CONSUMER
LOYALTY**

(At the BSA Motor Bumiayu Workshop Consumer)

M Albaet Pangestu¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

albaetpangestu.ap@gmail.com

Tri Septin Muji Rahayu²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

septinharyato@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of brand equity, customer satisfaction, word of mouth and trust in consumer loyalty at the BSA Motor Bumiayu workshop. This research uses quantitative research methods, non-probability sampling techniques, obtained through purposive sampling is a method of determining the sample based on certain criteria. This research sample of 120 respondents. The research method used in this study is multiple regression analysis. The results of the analysis show that partially brand equity, customer satisfaction, word of mouth and trust have a significant positive effect on customer loyalty. Furthermore, the results of the simultaneous analysis show that brand equity, customer satisfaction, word of mouth and trust affect customer loyalty. While the variability of all variables has an influence on consumer loyalty by 56.3%.

Keywords: brand equity, customer satisfaction, word of mouth, trust, customer loyalty

MOTTO

”Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong).” (HR. Muslim)

*“Bertaqwalah Kepada Allah, Maka Dia Akan Membimbingmu. Sesungguhnya Allah Mengetahui Segala Sesuatu”
(Qs. Al Baqarah: 282).*



PERSEMBAHAN



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Khamim Arifin dan Ibu Shokhifah) sebagai tanda sayang, bakti, hormat, dan terima kasih yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan doa yang telah diberikan selama ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Ucapan rasa hormat dan terimakasih atas segala kepedulian mereka yang telah memberikan bantuan, kritik, saran, masukan, dorongan semangat, do'a, dukungan finansial maupun pemikiran dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu perkenankan saya secara khusus mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Bapak Dr. Anjar Nugroho, M.S.I, M.H.I. yang telah memperkenankan mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Akhmad Darmawan, S.E, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa mendukung dan telah memberikan berbagai informasi maupun bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.

3. Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Hermin Endratno, SE, M.Si. yang telah turut serta dalam memberikan berbagai informasi dan bimbingan kepada mahasiswa tentang tata pelaksana Penyusunan Skripsi.
4. Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan tenaga selama ini dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan kepada saya.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Khamim Arifin dan Ibu Shokhifah, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan esok untuk saya.
7. Kedua adik tercinta, Nur Azqi Asyifa dan Evan Pandji Pangestu, terimakasih untuk segala cinta, kasih sayang, dukungan dan doa yang tak kunjung henti hingga kini dan esok untuk saya.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas A angkatan 2015. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi, Deny Reza Fauzi, Candra Erik, Fani, Husnita, Margo, Ahmad, dan tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman KPMDB wilayah Purwokerto, Berliana, Riska farida, Eni Toharoh, Herni, Hani, Imam P, Maulida, Eva Sonya, Frepty, IrfaN, Valdi, yang

telah memberikan motivasi, semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi, semangat perjuangan tak akan mengkhianati hasil di masa depan dan sukses selalu untuk kita semua’

11. Sahabat-sahabat seperjuangan hidup saya di kontrakan , Candra Agung Prabowo, Firman Indriyanto, Jiffi Pangestu, Beny Kurniawan, Moch Arfan Septian, Nizhammadin Hutomo, Gaeri Ramadani, terima kasih atas doa dan supportnya.

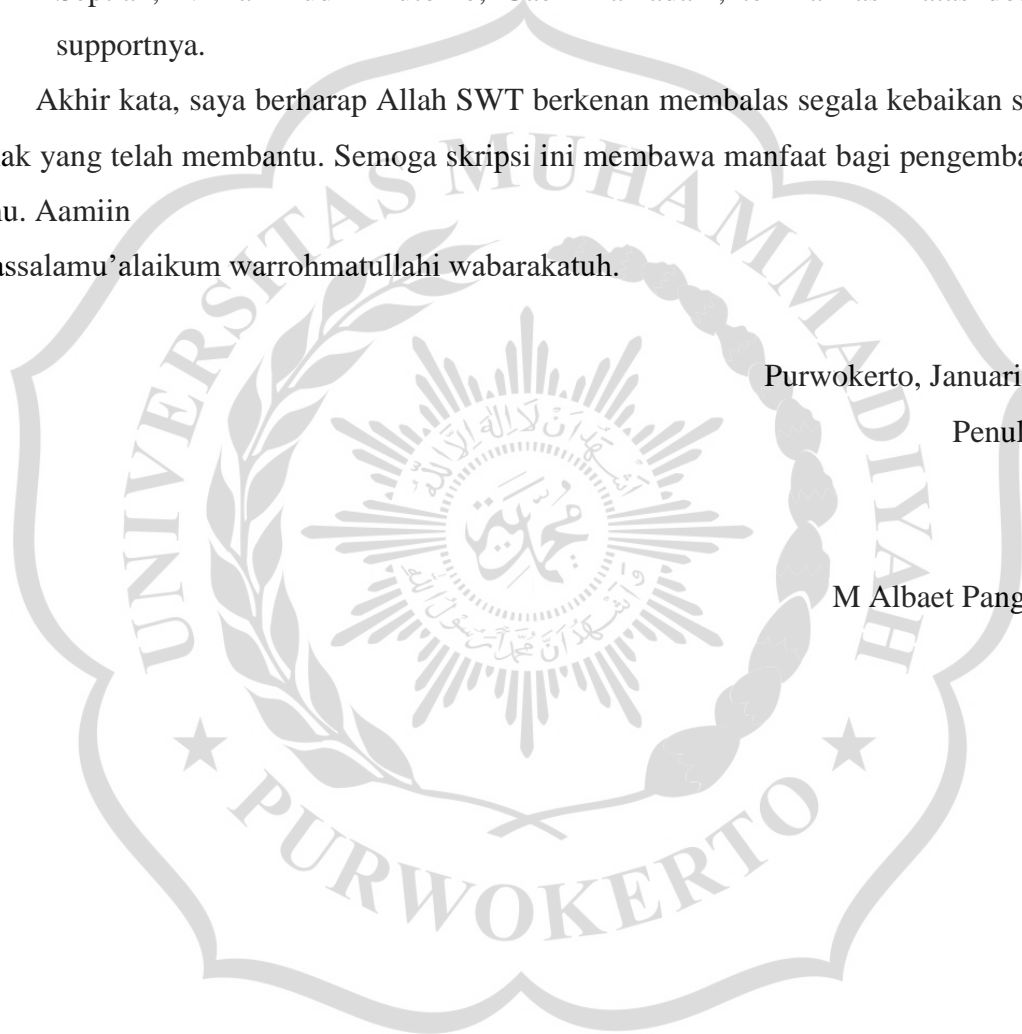
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin

Wassalamu’alaikum warrohmatullahi wabarokatuh.

Purwokerto, Januari 2020

Penulis

M Albaet Pangestu



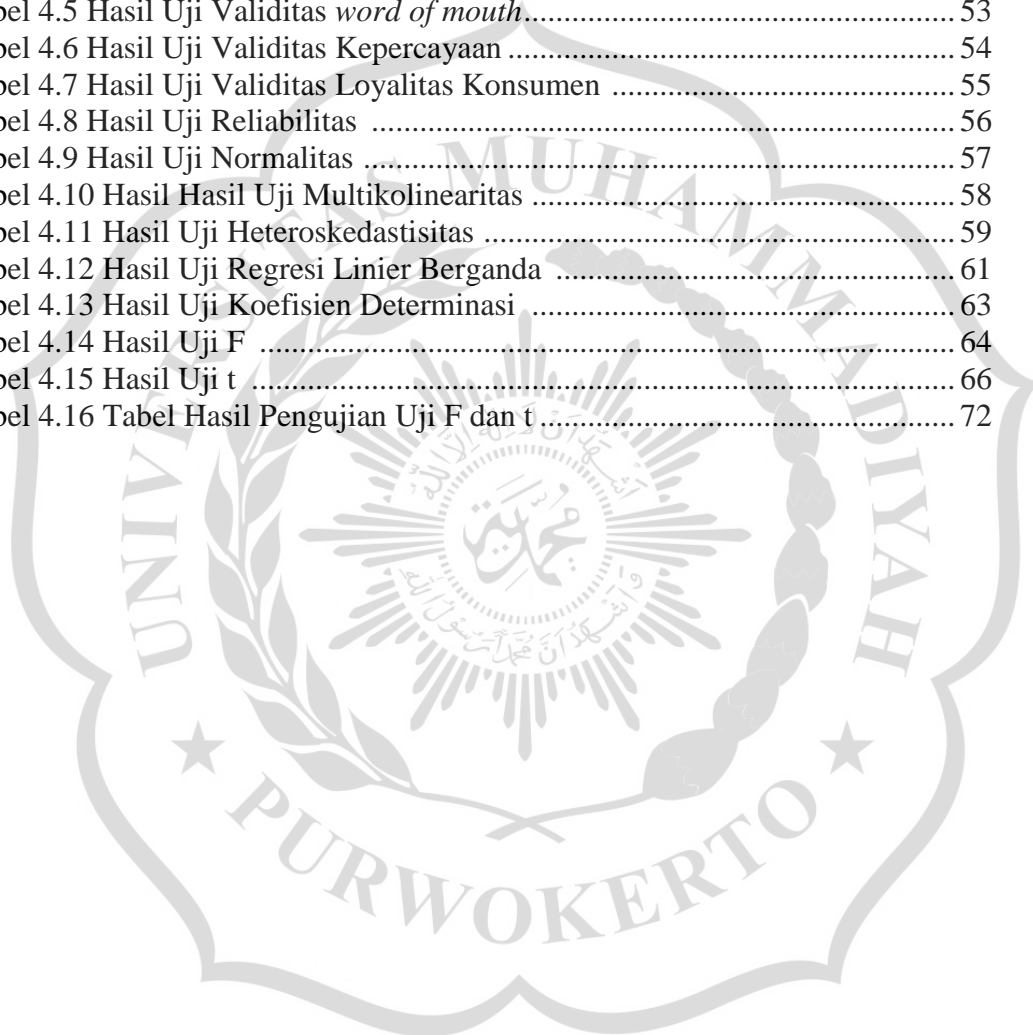
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARAYA ILMIAH	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan	8
D. Manfaat	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Brand Equity	10
B. Kepuasan Konsumen	12
C. Word Of Mouth	14
D. Trust (Kepercayaan)	15
E. Loyalitas Konsumen	18
F. Hasil Penelitian Terdahulu	20
G. Kerangka Pemikiran	24
1.1 Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap loyalitas konsumen	24
1.2 Kepuasan Konsumen Terhadapap Loyalitas konsumen	25
1.3 <i>Word of mouth</i> Terhadap Loyalitas Konsumen	26
1.4 <i>Trust</i> (kepercayaan) Terhadap Loyalitas Konsumen.....	26
H. Hipotesis	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian	30
B. Populasi Dan Sampel	31
1. Populasi	31
2. Sampel	31
C. Metode Pengumpulan Data	32

D. Variabel Penelitian	33
1. Variabel Independen	33
2. Variabel Dependen	33
E. Definisi Operasional	33
F. Metode Analisis Data	36
1. Uji Instrumen	36
2. Uji Asumsi Klasik	37
3. Uji Regresi	39
BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Sejarah Perusahaan	46
2. <i>Response Rate</i>	47
3. Karakteristik Responden	48
4. Uji Instrumen	50
5. Uji Asumsi Klasik	57
6. Uji Regresi	60
B. Pembahasan	65
1. Hipotesis Pertama	65
2. Hipotesis Kedua	67
3. Hipotesis Ketiga	68
4. Hipotesis Keempat	69
5. Hipotesis Kelima	71
BAB V. PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Keterbatasan Penelitian	84
C. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88

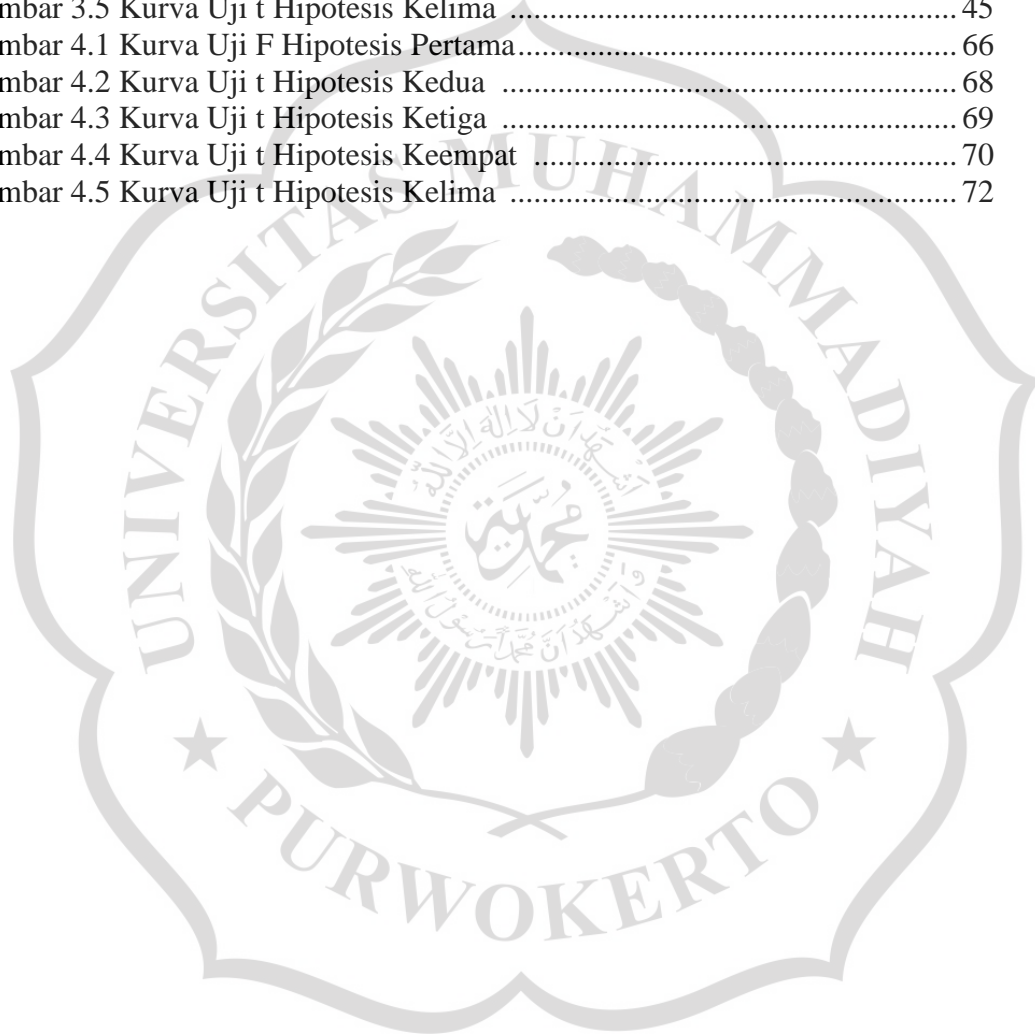
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	47
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas <i>Brand Equity</i>	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan konsumen	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>word of mouth</i>	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepercayaan	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.10 Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.14 Hasil Uji F	64
Tabel 4.15 Hasil Uji t	66
Tabel 4.16 Tabel Hasil Pengujian Uji F dan t	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	41
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	42
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	43
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	44
Gambar 3.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	45
Gambar 4.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	66
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	68
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	69
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	70
Gambar 4.5 Kurva Uji t Hipotesis Kelima	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 2 : Data Penyebaran Kuesioner	92
Lampiran 3 : Karakteristik Responden.....	93
Lampiran 4 : Tabulasi Data	99
Lampiran 4: Uji Instrumen	119
Lampiran 9 : Uji Asumsi Klasik	124
Lampiran 10 : Uji Regresi	125
Lampiran 9 : R Tabel	129
Lampiran : F Tabel	130
Lampiran 7 : t Tabel	131

