

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
MEREK MY SALON DI KOTA GRESIK**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :  
**ANIS SATUNISA**  
**2013210141**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**  
**SURABAYA**  
**2017**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
MEREK MY SALON DI KOTA GRESIK**

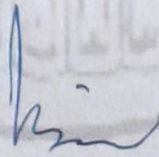
Diajukan oleh :

**ANIS SATUNISA**

**2013210141**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 21 Februari 2017



**(Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT.,Psikolog)**

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK MY SALON DI KOTA GRESIK

Diajukan oleh

ANIS SATUNISA

NIM : 2013210141

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan lulus ujian skripsi  
pada tanggal 21 Februari 2017

Ketua : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si

Sekretaris : Laila Saleh Marta', S.Pd., M.MT.psikolog

Anggota : Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anis Satunisa

Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 28 Agustus 1995

NIM : 2013210141

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Sarjana

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek MY Salon di Kota Gresik.

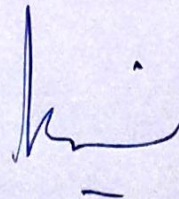
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen  
Tanggal : 20 Februari 2017

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 20 Februari 2017



**(Dr. Muazaroh, S.E., M.T)**



**(Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog)**

**MOTTO:**

*Mahkotai hati dengan  
keikhlasan dan keimanan.*

*Karena hal itu akan  
menjadikan kita tetap  
bertahan dalam menghadapi  
rumitnya kehidupan*

## **PERSEMBAHAN:**

*Syukur Alhamdulillah... karena Engkaulah Allah SWT satu-satunya dzat yang Maha Agung, Maha Besar, Maha tinggi, Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang dapat member rahmat, hidayah, kesehatan serta kekuatan sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini hingga akhir.*

### **Kedua Kedua Orang Tuaku, Bunda dan Ayah**

*Terima kasih Bunda ayah yang selalu mendo'akanku dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang hingga saya telah menyelesaikan skripsi ini, Terima kasih Bunda ayah yang tidak pernah lelah memberikan semangat, masukan, dan dukungan untuk kesuksesan anakmu ini. sampai kapanpun saya tidak akan pernah bisa membalas jasa kalian*

*Semoga Allah selalu member lindungan kepada Bunda ayah agar selalu diberi kesehatan dan kebahagiaan di tiap-tiap harinya*

*Semoga Allah memberi ridho, kesehatan, dan karuniaNya agar saya dapat menjadi orang yang berguna dan sukses untuk membahagiakan kedua orang tua saya.*

**Kakak dan Saudaraku**

*Terimakasih Mas Yudi, Mas Ilyas dan Mbak ipar aku Mbak Yuni telah memberikan motivasi dan masukan selama ini sehingga adikmu berhasil menyelesaikan studi ini dan terimakasih telah menjagaku dan selalu berusaha mengingatkanku ketika aku belum benar selama ini.*

**Ibu Laila Saleh Marta**

*Saya sangat berterima kasih kepada selaku dosen pembimbing saya yang tidak pernah lelah membimbing, menyemangati saya dan ngasih motivasi dan juga masukan saya agar segera menyelesaikan studi saya. Terima kasih Ibu atas kesabarannya selama ini membimbing saya, sungguh saya sangat salut sama beliau, apapun yang terjadi saya sangat mengagumi beliau dan menyukai karakter beliau.*

**Bapak/Ibu Dosen penguji dan pengajar**

*Terima Kasih Ibu Aniek, Bapak Soni, Bapak Ronny, Bapak Harry yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun, mengarahkan, memberi bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya.*

**Pak Didik**

*selaku dosen wali yang senantiasa memberikan waktunya untuk berkonsultasi dan memberikan arahan yang sangat berguna mulai dari awal samapai akhir perkuliahan seperti orang tua sendiri.*

**Teman seperjuangan bimbingan**

*Terima kasih buat teman-temanku Iqlimah, Fauzan, Mega yang dimana sedikit banyak telah menemani saya dalam proses bimbingan dan Alhamdulillah kita bisa lulus bersama dan mendapatkan pengalaman berharga yang tidak akan bisa kita dapatkan di tempat lain.*

**Sahabat**

*yang selalu siap mendengarkan keluh kesah selama perkuliahan dan memberikan masukan. Terimakasih untuk semuanya yang tidak bisa saya sebutkan namanya yang telah mengingatkan saya tentang cita-cita yang harus saya capai dan dengan adanya kalian kejombloanku pun tidak terasa.*



*Terutama buat sahabatku Nindy Callista Elvania Terima kasih kamu selalu ada buatku.kita selalu bersama meskipun jarak dan waktu kita tidak selalu bersama*

**Teman – teman seperjuangan**

*yang selalu bareng dari semester 1.Terimakasih atas kerjasama yang baik selama ini dan informasi-informasi perkuliahan. Seneng bisa mulai masuk kuliah bareng dan akhirnya lulus bareng. Sukses selalu ya buat kita semua biar kita bisa keliling dunia gengs.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat serta kehendak-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Merek MY Salon dikota Gresik”** untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian program studi strata satu jurusan manajemen.

Penelitian ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak terkait, sehingga dengan penuh rasa hormat peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Lutfi, SE, M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr Muazaroh, S.E., M.T selaku ketua program studi Sarjana Manajemen Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya
3. Laila Saleh Marta', S.Psi.,M.MT selaku dosen pembimbing
4. Dr. Drs. Emanuel Kristijadi, M.M. selaku dosen wali
5. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh aktifitas.

Peneliti menyadari bahwa proposal skripsi iini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti masih mengharapkan adanya kritik maupun saran dari semua pihak yang diharapkan bersifat membangun kedepannya. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak terkait.

Surabaya, 12 April 2017

Anis Satunisa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK RINGKASAN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Peneliti Terdahulu .....	9
2.1.1 Salman Saleem dan Rana Muhammad Umar (2015).....	9
2.1.2 Izlem Gozukara dan Nurdan Colakoglu (2016).....	10
2.1.3 Sajjad Ahmad Baig, Muhammad Zia-Ur-Rehman, Saud, Ehtisham Javed, Tasneem Aslam dan Ahmed Shafique (2015).....	11
2.2 Landasan Teori.....	15
2.2.1 Citra merek.....	15
2.2.2 Kepercayaan merek.....	20
2.2.3 Kepercayaan pelanggan .....	24
2.2.4 Loyalitas merek .....	26
2.2.5 Pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek .....	28
2.2.6 Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.....	29
2.2.7 Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas Merek..	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	33
3.2 Batasan Penelitian .....	34
3.3 Identifikasi Variabel.....	34

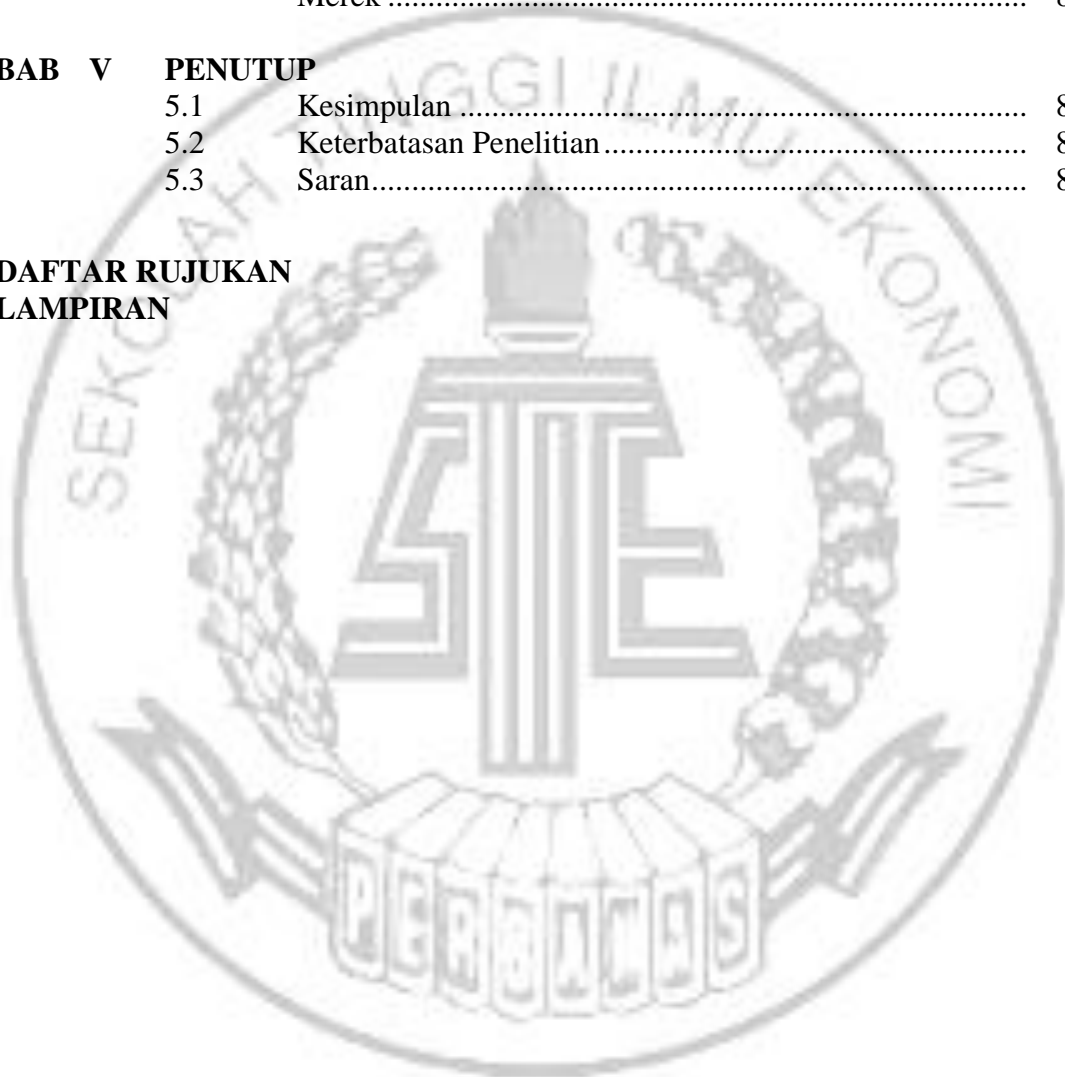
3.3.1	Variabel Bebas .....	34
3.3.2	Variabel Terikat .....	34
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	35
3.4.1	Definisi Operasional.....	35
3.4.2	Pengukuran Variabel .....	39
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	40
3.5.1	Populasi .....	40
3.5.2	Sampel.....	40
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.6	Instrumen Penelitian.....	42
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.7.1	Data .....	44
3.7.2	Metode Pengumpulan Data .....	44
3.8	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	45
3.8.1	Uji Validitas .....	45
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.9	Teknik Analisis Data.....	46
3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	46
3.9.2	Teknik Analisis Statistik .....	47
3.9.3	Uji Asumsi Klasik .....	47
3.9.4	Pengujian Hipotesis.....	49
 <b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA</b>		
4.1	Gambaran Subyek Penelitian .....	53
4.1.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	53
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Jasa .....	55
4.2	Analisis Data .....	57
4.2.1	Analisis deskriptif .....	57
4.2.1.1	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek ( $X_1$ ).....	57
4.2.1.2	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek ( $X_2$ ) ....	59
4.2.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ).....	60
4.2.1.4	Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek (Y).....	61
4.2.2	Uji Validitas .....	63
4.2.3	Uji Reliabilitas .....	71
4.2.4	Analisis Statistik.....	72
4.2.4.1	Uji Normalitas .....	73
4.2.4.2	Multikolinieritas .....	73
4.2.4.3	Heteroskedastisitas .....	74
4.2.4.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
4.2.4.5	Uji Hipotesis.....	76
4.3	Pembahasan.....	79

4.3.1	Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Citra Merek (X1) Terhadap Loyalitas Merek .....	79
4.3.2	Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan Merek (X2) Terhadap Loyalitas Merek .....	81
4.3.3	Hasil Pengujian Pengaruh Variabel Kepercayaan Pelanggan (X3) Terhadap Loyalitas Merek .....	82
4.3.4	Hasil Uji Pengaruh Variabel Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek .....	84

**BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	86
5.3	Saran .....	87

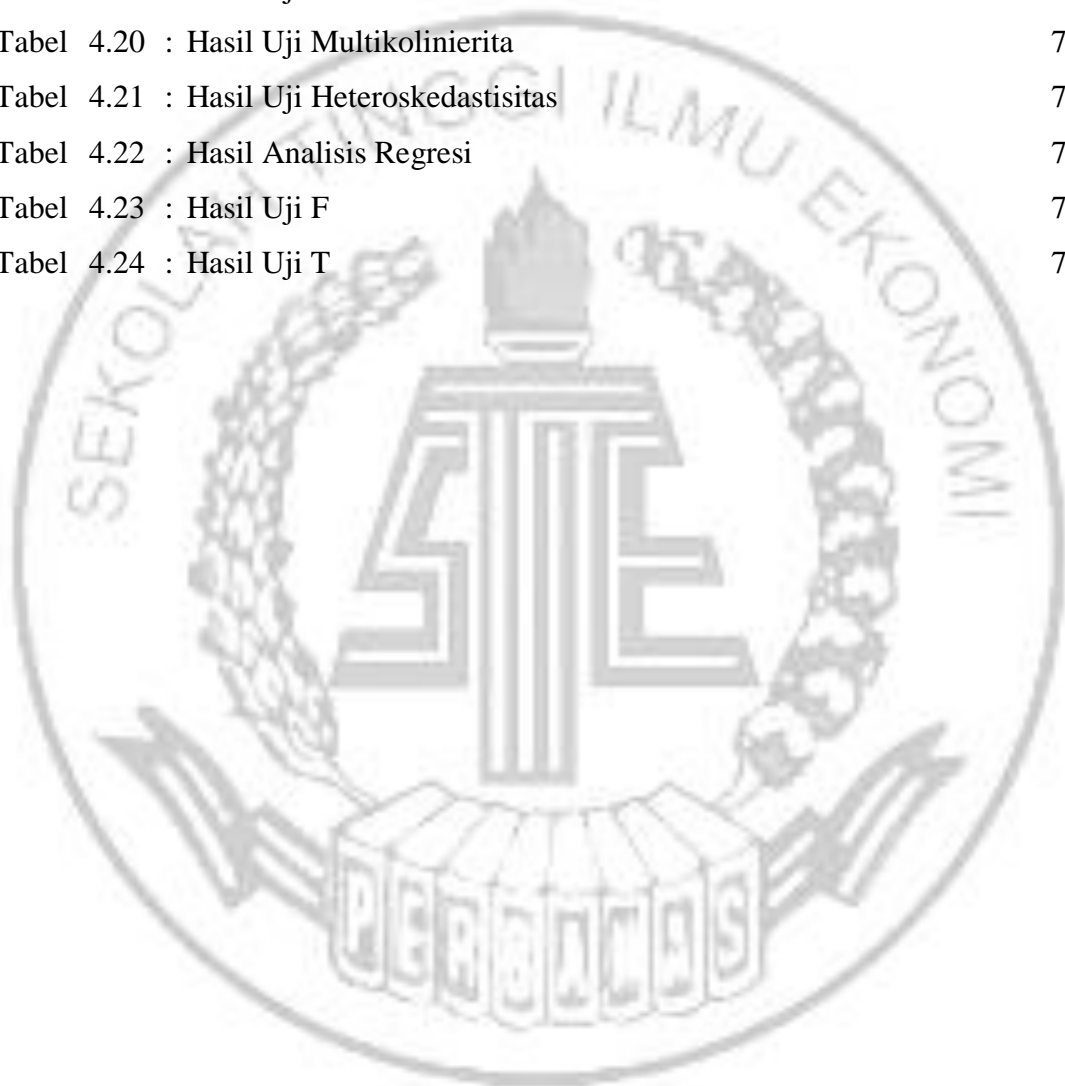
**DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

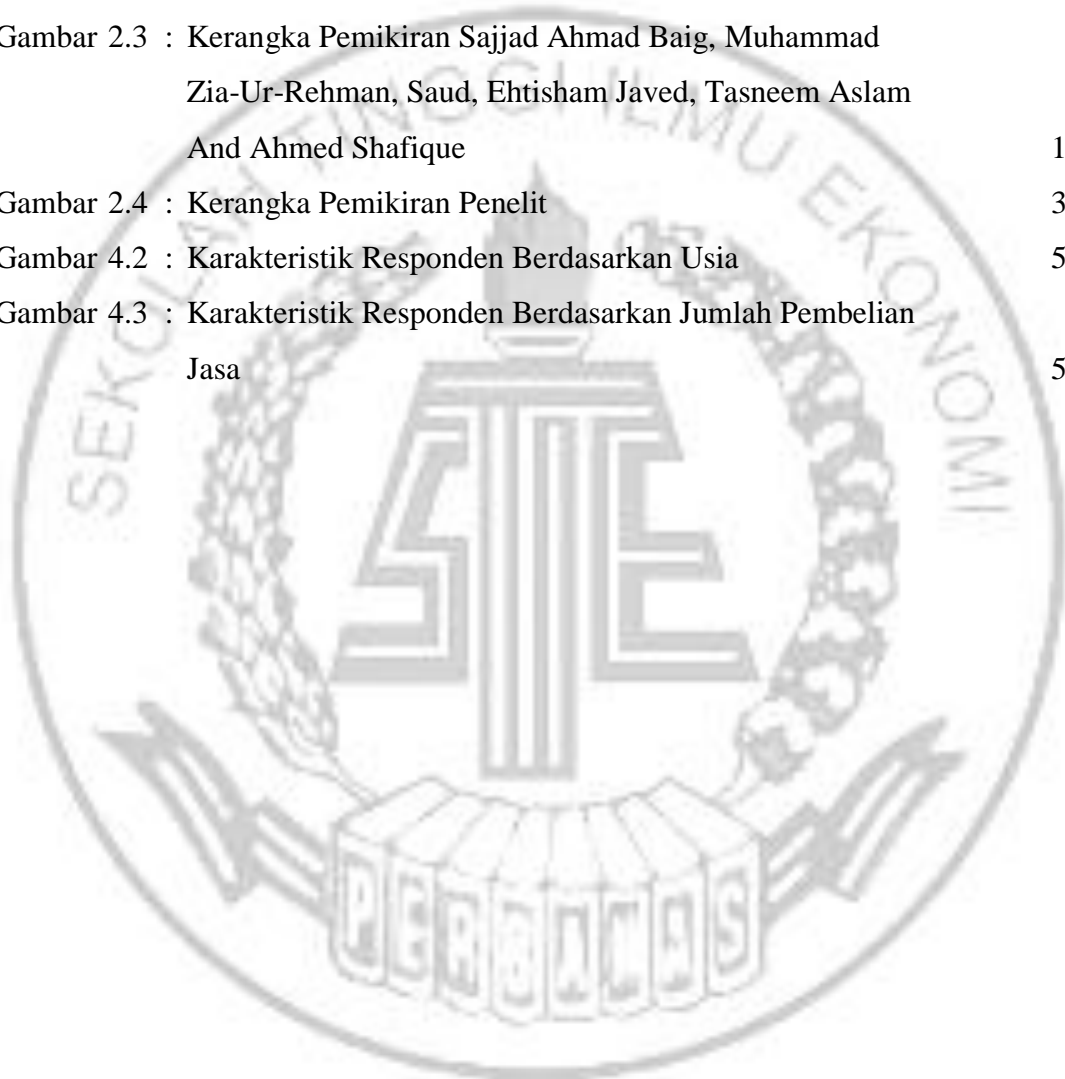
	Halaman
Tabel 1.1 : Keluhan Pelanggan My Salon	3
Tabel 3.1 : Kisi-Kisi Kuesioner	42
Tabel 4.1 : Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	57
Tabel 4.2 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Citra Merek (X1)	57
Tabel 4.3 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan Merek (X2)	59
Tabel 4.4 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Kepercayaan Pelanggan (X3)	60
Tabel 4.5 : Hasil Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Merek (Y)	61
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X1) (Sampel Kecil)	63
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X2) (Sampel Kecil)	64
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan (X3) (Sampel Kecil)	65
Tabel 4.9 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y) (Sampel Kecil)	66
Tabel 4.10 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X1) (Putaran 1)	66
Tabel 4.11 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X1) (Putaran 2)	67
Tabel 4.12 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X2) (Putaran 1)	68
Tabel 4.13 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X2) (Putaran 2)	68
Tabel 4.14 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan (X3)	69
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y) (Putaran 1)	70

Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Merek (Y) (Putaran 2)	71
Tabel 4.17 : Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian (Sampel Kecil)	72
Tabel 4.18 : Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian	72
Tabel 4.19 : Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4.20 : Hasil Uji Multikolinierita	74
Tabel 4.21 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4.22 : Hasil Analisis Regresi	75
Tabel 4.23 : Hasil Uji F	77
Tabel 4.24 : Hasil Uji T	78



## DAFTAR GAMBAR

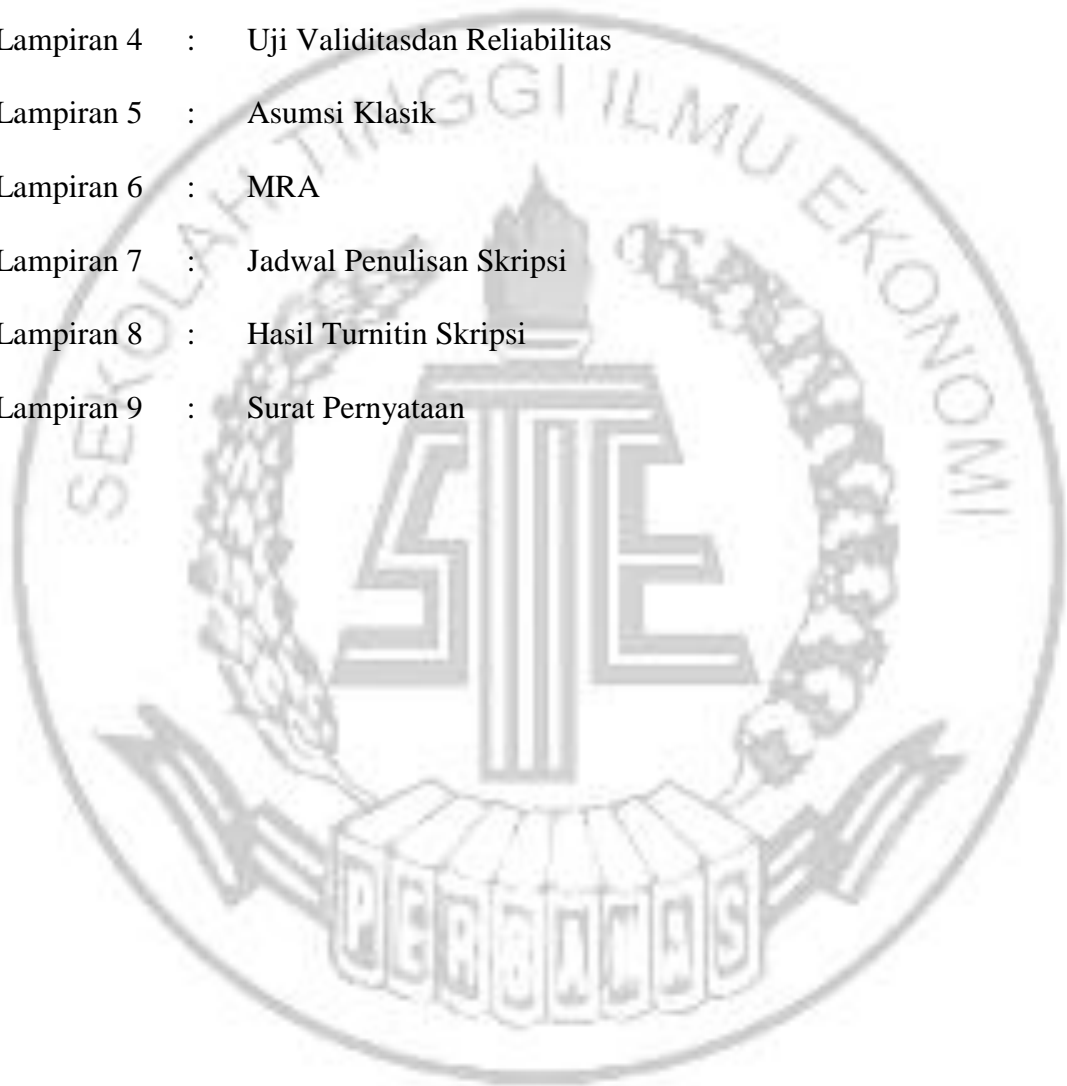
	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Salman Saleem Dan Rana Muhammad Umar	9
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Izleem Gozukara Dan Nurdan Culakoglu	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Sajjad Ahmad Baig, Muhammad Zia-Ur-Rehman, Saud, Ehtisham Javed, Tasneem Aslam And Ahmed Shafique	12
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelit	32
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Jasa	56





## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Sampel Kecil dan Sampel Besar
- Lampiran 3 : Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Asumsi Klasik
- Lampiran 6 : MRA
- Lampiran 7 : Jadwal Penulisan Skripsi
- Lampiran 8 : Hasil Turnitin Skripsi
- Lampiran 9 : Surat Pernyataan



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK  
MY SALON DI KOTA GRESIK**

**Anis Satunisa**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [anisatunisa@yahoo.com](mailto:anisatunisa@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the direct effect of brand image, brand trust, and customer trust on brand loyalty of My Salon in Gresik City. According to population characteristic, then this study analyzing a set of 90 respondents. This study uses the non-probability sampling technique with criteria respondent that has ever buy My Salon service in Gresik City. This study uses the multiple regression analysis programming with spss 20.0 for windows software to show that brand image, brand trust, and customer trust have a significant direct effect on brand loyalty of My Salon in Gresik City simultaneously and also analyzing a significant direct effect on every independent variables on dependent variable partially which both brand image and customer trust have a significant direct effect on brand loyalty of My Salon in Gresik city partially and brand trust has an insignificant direct effect on brand loyalty of My Salon in Gresik city partially.*

*The result showed that there is a significant influence of brand image, brand trust, and customer trust on brand loyalty of My Salon in Gresik City simultaneously.*

*Key words: Influence Brand image, Brand Trust, customer trust, brand loyalty*

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK  
MY SALON DI KOTA GRESIK**

**Anis Satunisa**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [anisatunisa@yahoo.com](mailto:anisatunisa@yahoo.com)

**ABSTRACT**

Tujuan dari studi ini adalah untuk menguji pengaruh langsung dari citra merek, kepercayaan merek, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik. berdasarkan pada karakteristik populasinya, penelitian ini menganalisis 90 responden. Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas dengan kriteria responden yang pernah membeli jasa My Salon di Kota Gresik. Penelitian ini menggunakan program analisis regresi linear berganda dengan perangkat spss 20.0 for windows untuk menunjukkan bahwa citra merek, kepercayaan merek, dan kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik secara simultan dan juga menganalisis pengaruh langsung signifikan setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dimana kedua variabel bebas yaitu citra merek dan kepercayaan pelanggan berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik secara parsial dan kepercayaan merek berpengaruh langsung tidak signifikan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik secara parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari citra merek, kepercayaan merek, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas merek pada My Salon di Kota Gresik secara simultan.

**Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, kepercayaan Pelanggan, loyalitas Merek**