

**PENGARUH *PERCEIVED COMPETENCE*, *PERCEIVED BENEVOLENCE*,
DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA PRODUK MAKANAN**



PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat - Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

PUTRI DEWI WULAN KUSUMAWATI
B100180562

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *PERCEIVED COMPETENCE*, *PERCEIVED BENEVOLENCE*,
DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP *BRAND
LOYALTY* PADA PRODUK MAKANAN**

OLEH

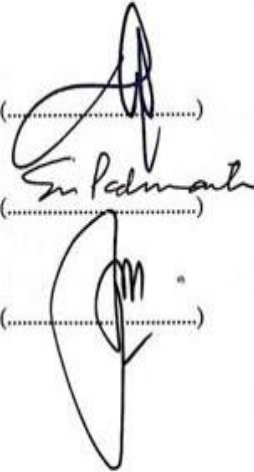
PUTRI DEWI WULAN KUSUMAWATI

B100180562

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 7 Februari 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Drs. Sri Padmanto, M.B.A. (.....)
(Anggota 1 Dewan Penguji)
3. Imron Rosyadi, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota 2 Dewan Penguji)



Mengetahui,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Anton Agus Setyawan, SE, MSi

NIK/NIDN : 829/0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **PUTRI DEWI WULAN KUSUMAWATI**
NIRM : **B100180562**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH *PERCEIVED COMPETENCE*,
PERCEIVED BENEVOLENCE, DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA
PRODUK MAKANAN**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, **26 JANUARI 2022**

Yang membuat pernyataan,

PUTRI DEWI WULAN KUSUMAWATI

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui”

Q.S. Al-Baqarah:216

“Apapun yang terjadi kemarin, hari ini, dan hari esok, sudah ditetapkan oleh-Nya. Percayalah dan bersyukurlah”

PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan atas rahmat dan hidayah Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini setiap prosesnya dengan baik. Maha karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah berupa kesehatan dan kemudahan sehingga skripsi dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan dan pembawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Kedua orang tua, yang telah memberikan pengorbanan, kasih sayang, motivasi dan doa yang terbaik setiap di langkah.
4. Kedua kakak dan keluarga besar lainnya yang telah memberi dukungan dan doa.
5. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta serta pembimbing skripsi yang telah membimbing dan meluangkan waktu dalam penulisan skripsi.
7. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Sri Padmantlyo, S.E., MBA, dan Imron Rosyadi, S.E., M.Si., selaku penguji skripsi.

9. Sahabat dan seseorang terkasih yang telah berperan dalam memberi semangat dan bantuan untuk kelancaran penulisan skripsi.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived competence* terhadap *brand trust* pada produk makanan, (2) Menguji dan menganalisis pengaruh *perceived benevolence* terhadap *brand trust* pada produk makanan, (3) Menguji dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada produk makanan, (4) Menguji dan menganalisis pengaruh memediasi *brand trust* antara *perceived competence* terhadap *brand loyalty* pada produk makanan, dan (5) Menguji dan menganalisis pengaruh memediasi *brand trust* antara *perceived benevolence* terhadap *brand loyalty* pada produk makanan. Populasi dan sampel penelitian ini adalah masyarakat Solo Raya yang membeli dan mengkonsumsi makanan instan selama masa pandemi COVID-19. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kami menggunakan metode *purposive sampling*. Kami menggunakan SEM-PLS sebagai analisis data. Hasil pengujian dan analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived competence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*. *Perceived benevolence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand trust*. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Selanjutnya *brand trust* berpengaruh memediasi *perceived competence* terhadap *brand loyalty* secara positif dan signifikan. *Brand trust* berpengaruh memediasi *perceived benevolence* terhadap *brand loyalty* secara positif dan signifikan.

Kata kunci: *Perceived Benevolence, Brand Trust, Brand Loyalty.*

ABSTRACT

This study aims to: (1) examine and analyze the effect of perceived competence on brand trust in food products, (2) examine and analyze the effect of perceived benevolence on brand trust in food products, (3) examine and analyze the effect of brand trust on brand loyalty in food products, (4) Testing and analyzing the mediating effect of brand trust between perceived competence on brand loyalty in food products, and (5) Testing and analyzing the mediating effect of brand trust between perceived benevolence on brand loyalty in food products. The population and sample of this research are the people of Solo Raya who buy and consume instant food during the COVID-19 pandemic. The type of data used in this study is primary data. The data collection method used a questionnaire and we used a purposive sampling method. We used SEM-PLS as data analysis. The results of testing and analysis in this study indicate that perceived competence has a positive and significant effect on brand trust. Perceived benevolence has a positive and significant effect on brand trust. Brand trust has a positive and significant effect on brand loyalty. Furthermore, brand trust has a positive and significant effect on mediating perceived competence on brand loyalty. Brand trust has a positive and significant effect on mediating perceived benevolence on brand loyalty.

Keywords: *Perceived Benevolence, Brand Trust, Brand Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan atas segala rahmat, hidayah, dan ridho Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini, yang berjudul “PENGARUH *PERCEIVED COMPETENCE*, *PERCEIVED BENEVOLENCE*, DAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK MAKANAN.” Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi tugas dan syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa melibatkan berbagai pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang melimpah berupa kesehatan dan kemudahan sehingga skripsi dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan dan pembawa perubahan dari zaman jahiliyah ke zaman yang terang benderang.
3. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta serta

pembimbing skripsi yang telah membimbing dan meluangkan waktu dalam penulisan skripsi.

5. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Sri Padmantlyo, S.E., MBA, dan Imron Rosyadi, S.E., M.Si., selaku penguji skripsi.
7. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Keluarga tercinta, yang telah memberikan segala bentuk dukungan baik secara moril dan materil.
9. Semua pihak yang telah berperan dalam memberi bantuan untuk kelancaran penulisan skripsi.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran bersifat membangun sangat diharapkan untuk perbaikan skripsi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, Januari 2022

Penulis

Putri Dewi Wulan Kusumawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Pengembangan Hipotesis.....	16
D. Kerangka Pemikiran.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Data.....	23
C. Data dan Sumber Data.....	25
D. Metode Pengumpulan Data.....	26
E. Teknik Pengambilan Sampel	26
F. Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Deskripsi Responden	32
B. Skema Model Partial Least Square (PLS)	34
C. Evaluasi <i>Outer Model</i>	35
D. Evaluasi <i>Inner Model</i>	39
E. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian	51
C. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Evaluasi Outer Model.....	28
Tabel 3. 2 Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>).....	31
Tabel 3. 3 Pengaruh Tidak langsung (<i>Indirect Effect</i>).....	31
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin	32
Tabel 4. 2 Deskripsi Usia	32
Tabel 4. 3 Deskripsi Pekerjaan.....	33
Tabel 4. 4 Deskripsi Asal	34
Tabel 4. 5 <i>Outer Loadings</i>	36
Tabel 4. 6 Cross Loading	37
Tabel 4. 7 <i>Average Variance Extracted</i>	37
Tabel 4. 8 <i>Composite reliability</i>	38
Tabel 4. 9 <i>Cronbach's alpha</i>	39
Tabel 4. 10 <i>Coefficient Determination</i>	40
Tabel 4. 11 Uji <i>f-square</i>	41
Tabel 4. 12 <i>Normed Fit Index</i>	42
Tabel 4. 13 <i>Path Coefficient</i> (Pengaruh Langsung).....	43
Tabel 4. 14 <i>Specific Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4. 1 Skema Model PLS	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Deskripsi Responden.....	63
Lampiran 3 Data Responden	64
Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS	70