

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE**



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

OKILIANI PERMATASARI
B 100160247

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE**

Oleh:

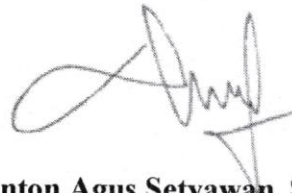
OKILIANI PERMATASARI

B 100 160 247

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Pembimbing



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE**

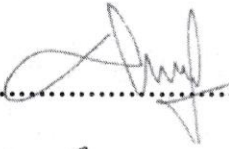
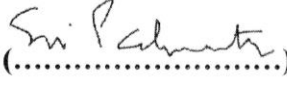
Oleh :

OKILIANI PERMATASARI

B 100160247

**Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Sabtu, 2 Mei 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

- | | |
|---|--|
| 1. Imron Rosyadi, S.E., M.Si.
(Ketua Dewan Penguji) | 
(.....) |
| 2. Prof. Dr. Anton Agus S, S.E., M.Si.
(Anggota I Dewan Penguji) | 
(.....) |
| 3. Drs. Sri Padmantyo, MBA.
(Anggota II Dewan Penguji) | 
(.....) |

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)

NIK. 131602918



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **OKILIANI PERMATASARI**

NIM : **B 100 160 247**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA
APLIKASI BELANJA ONLINE**

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 Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

Okiliani Permatasari

MOTTO

Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.
Dia mendapat (pahala) dari (kebaikan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa)
dari (kejahatan) yang diperbuatnya.

(QS. Al-Baqarah : 286)

Orang sukses tidak takut kegagalan tetapi mengerti bahwa kegagalan adalah hal yang
penting untuk dipelajari dan tumbuh darinya

(Robert Kiyosaki)

Education is not the learning of facts, but the training of the mind to think.

(Albert Einstein)

Jika kau berada di jalan Allah SWT berlarilah kencang, jika sulit maka tetaplah berlari
meski hanya berlari-lari kecil, bila engaku lelah berjalanlah. Apabila semua itu tak
mampu kau lakukan tetaplah maju meski harus merangkak dan jangan pernah
sekali pun berbalik arah

(Al-Imam As-Syafi'i)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala nikmat serta karunianya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, maka skripsi saya ini saya persembahkan untuk:

1. Bapak, Ibu, Adik tercinta serta segenap keluarga besar yang telah dan selalu memberikan kasih sayang, cinta, doa yang selalu dipanjatkan, dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Teruntuk diriku terimakasih atas semangat dan usaha yang sudah dilalui suka, duka, kegagalan, dan lika-liku dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik dan penuh semangat.
3. Teman-temanku tersayang terimakasih atas segala doa, semangat, dukungan, motivasi, keluh, kesah, perhatiannya untukku dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
4. Semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.
5. Almamaterku yang kubanggakan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada aplikasi belanja online. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan, kepercayaan merek dan loyalitas merek. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang pernah mempunyai pengalaman belanja di aplikasi belanja online dan mengerti atau memahami tentang aplikasi belanja online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan metode pengumpulan data melalui kuesioner secara online menggunakan google form yang dibagikan kepada 200 responden yang sesuai dengan kriteria populasi yang diajukan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada aplikasi belanja online. Variabel Kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada aplikasi belanja online.

Kata Kunci : Kepuasan merek, Kepercayaan merek, Loyalitas merek

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand satisfaction and brand trust on brand loyalty in online shopping applications. The variables in this study consisted of satisfaction, brand trust and brand loyalty. The population in this study are the general public who have had shopping experience in online shopping applications and understand or understand about online shopping applications. The sampling technique used was purposive sampling and data collection methods through an online questionnaire using Google forms which were distributed to 200 respondents in accordance with the population criteria proposed in this study. Based on the results of this study indicate that brand satisfaction variables have a positive and significant influence on brand loyalty in online shopping applications. The brand trust variable has a positive and significant influence on brand loyalty in online shopping applications.

Keywords: Brand satisfaction, Brand trust, Brand loyalty

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah serta nikmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA APLIKASI BELANJA ONLINE”** dengan baik dan tepat waktu.

Tidak lupa shalawat serta salam kita curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaat-Nya kelak dan telah menunjukkan kepada kita semua jalan yang lurus berupa ajaran agama islam yang sempurna dan menjadi anugerah terbesar bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, bimbingan, petunjuk, ridho, dan kasih sayang-Mu yang engkau limpahkan kepadaku.

2. Bapak, Ibu, Adik tercinta serta segenap keluarga besar yang telah memberikan kasih sayang, cinta, doa, dan semangat untuk keberhasilan penulis.
3. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Imronudin, S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ahmad Mardalis, S.E., M.B.A. selaku pembimbing akademis yang telah memberikan dorongan dan kemudahan dalam menyelesaikan perkuliahan penulis.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan memberikan ilmunya serta membantu dalam akademik dan administrasi mahasiswa.

9. Teruntuk diriku sendiri terimakasih atas usaha dan kerja keras dalam menyelesaikan penelitian ini dengan penuh semangat.
10. Teman-teman kelas G Manajemen angkatan 2016, terimakasih untuk kebersamaannya selama hampir empat tahun ini.
11. Almamaterku yang selalu aku banggakan.
12. Semua pihak terlibat yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti penting dalam penyelesaian skripsi ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu, segala saran dan kritik yang membangun akan sangat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan bagi penulis di masa depan.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 30 April 2020

Okiliani Permatasari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 6
A. Landasan Teori.....	6
1. Kepuasan Merek.....	6
2. Kepercayaan Merek	7
3. Loyalitas Merek	9
B. Penelitian Terdahulu	13

C. Hipotesis.....	14
D. Kerangka Pemikiran.....	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Jenis Penelitian.....	16
B. Populasi dan Sampel	16
C. Metode Pengumpulan Data	17
D. Definisi Operasional Variabel.....	18
E. Teknik Analisis Data.....	20
1. Analisis Data Kuantitatif.....	20
2. Analisis Regresi Linier Berganda	21
3. Uji Asumsi Klasik.....	21
4. Uji Ketepatan Model Penduga	23
5. Uji Hipotesis	24
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	26
B. Hasil Pengujian Data.....	29
1. Analisis Data Kuantitatif.....	29
2. Analisis Regresi Linier Berganda	32
3. Uji Asumsi Klasik.....	33
4. Uji Ketepatan Model Penduga	36
5. Uji Hipotesis	38
C. Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP.....	41
A. Kesimpulan	41
B. Keterbatasan Penelitian.....	41
C. Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Responden Berdasarkan Umur	26
Tabel 4.2 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4.3 Hasil Responden Berdasarkan Marketplace Yang Digunakan	28
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Terhadap Semua Variabel.....	29
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	33
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	34
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji T)	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran	15
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Validitas Semua Variabel	48
Lampiran 2 Uji Reliabilitas	49
Lampiran 3 Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Lampiran 4 Uji Normalitas	51
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas.....	52
Lampiran 6 Uji Heterokedastisitas.....	53
Lampiran 7 Kuesioner	54
Lampiran 8 Data Regresi Kepuasan Merek	57
Lampiran 9 Data Regresi Kepercayaan Merek	63
Lampiran 10 Data Regresi Loyalitas Merek	69