

**PENGARUH *BRAND TRUST* TERHADAP *BEHAVIORAL LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* DI RESTORAN
BANDAR DJAKARTA ANCOL**

Oleh:

Nama : Adit Bayu Prabowo

NIM : 28120413

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

d/h Institut Bisnis dan Informatika Indonesia (IBII)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Oktober 2016

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



PENGESAHAN

PENGARUH BRAND TRUST TERHADAP BEHAVIORAL LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DI BANDAR DJAKARTA ANCOL

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Diajukan Oleh

Nama : Adit Bayu Prabowo

NIM : 28120413

Jakarta, 4 Oktober 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Dr. Tony Sitingak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



ABSTRAK

Adit Bayu Prabowo / 28120413 / 2016 / Pengaruh *Brand Trust* terhadap *Behavioral Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di Bandar Djakarta Ancol / Pembimbing: Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Menjamurnya restoran dengan berbagai jenis makanan *seafood* membuat perusahaan – perusahaan makanan *seafood* seperti Bandar Djakarta berlomba – lomba untuk memenangkan hati konsumen dengan membangun kepercayaan merek yang tinggi. Kepercayaan merek dapat membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan kepada pelanggan.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari *Brand Trust*, *customer satisfaction*, dan *behavioral loyalty* beserta dengan indikator – indikatornya. Kemudian didukung dengan teori mengenai hubungan antara *brand trust* dengan *customer satisfaction*, *brand trust* dengan *behavioral loyalty*, serta *customer satisfaction* dengan *behavioral loyalty*

Objek penelitian ini adalah *Bandar Djakarta Ancol*. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan SEM (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan Lisrel 8.80

Output yang dihasilkan Lisrel 8.80 menunjukkan *brand trust* terhadap *behavioral loyalty* berpengaruh signifikan dengan koefisien positif, *brand trust* terhadap *customer satisfaction* berpengaruh signifikan dengan koefisien positif, *customer satisfaction* terhadap *behavioral loyalty* tidak berpengaruh signifikan dengan koefisien negatif, kemudian *brand trust* terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction* tidak berpengaruh signifikan dengan koefisien negatif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty*, *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral loyalty*, dan *brand trust* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction*.



ABSTRACT

ADIT BAYU PRABOWO / 28120413 / 2016 / *Brand Trust Influence of Behavioral Loyalty Through Customer Satisfaction Bandar Djakarta Ancol* / Advisor : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

The increasing number of restaurants of various land of food especially seafood has made the seafood companies such as Bandar Djakarta complete to win the heart of consumer by creating the highest of brand trust. Brand trust can build customer loyalty through customer satisfaction.

The theory is used to supported the research is the definition of brand trust, customer satisfaction, and behavioral loyalty along with the indicators. An then this research also supported by theory of the relationship between, and brand trust with customer satisfaction, brand trust with behavioral loyalty, customer satisfaction with behavioral loyalty.

The object of this study is Bandar Djakarta Ancol. This research method is using a causal method using a questionnaire for collecting data. The procedure used to test the model and data processing is a SEM (Structural Equation Modelling) using Lisrel 8.80

The resulting Lisrel 8.80 output represented the brand trust against behavioral loyalty was significant with a positive coefficient, brand trust against customer satisfaction was significant with a positive coefficient, customer satisfaction against behavioral loyalty was not significant and a negative coefficient, and brand trust against behavioral loyalty through customer satisfaction was not significant with coefficient positive

The conclusion of this study is the brand trust had a positive affect and significant on behavioral loyalty, brand trust had a positive affect and significant on customer satisfaction, customer satisfaction had a negative affect and insignificant on behavioral loyalty, brand trust had a positive affect and insignificant on behavioral loyalty through customer satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih pada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah diberikannya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses penelitian, penelitian, dan penyusunan skripsi ini. Secara khusus peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mendukung, dan membantu peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.
2. Keluarga besar peneliti khususnya Djoko Wibowo (Papa), Almh.Sri Hardiyah (Mama), Alm.Wiharyo Budiawan (Kakak laki-laki), Wulan Septiani (Kakak perempuan), dan Dita Dwi Silvia (adik) yang telah memberikan dukungan moral serta material.
3. UKM Litbang yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. UKM Rohis yang telah membantu doa dalam menyelesaikan penelitian ini.



5. Niky Norisson, Nida Fazriyati, dan Eka Silvia Mariana selaku teman se perjuangan skripsi yang telah membantu dalam segala hal.

6. Galih Angga Rachman, Glenn Mathyas, dan Andrewan Lyounus selaku teman setia yang selalu mendukung dan penyemangat peneliti ketika mengalami kesulitan dalam penelitian.

7. Seluruh staff perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini.

8. Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penelitian skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Namun peneliti mengharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Agustus 2016

Peneliti,

Adit Bayu Prabowo

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8

1. Dilampirkan mengutip sebagai referensi atau sebagai tulisan yang mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Landasan Teori.....	9
1. <i>Customer Satisfaction</i>	9
2. <i>Brand</i>	12
3. <i>Brand Trust</i>	15
4. <i>Behavioral Loyalty</i>	17
B Penelitian Terdahulu	23
C Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian.....	27
B. Desain Penelitian	27
C. Variabel Penelitian.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Pengambilan Sampel	35
F. Teknik Analisis Data.....	35

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Analisis dan Pembahasan.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
3. Profil Responden.....	55

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



4. Analisis Variabel – Variabel.....	58
5. Penelitian Model <i>Fit</i>	62
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis.....	67
C Hasil Penelitian	71
D Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	81

Hak cipta milik IBI KIES (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty</i>	23
Tabel 2.2 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati	23
Tabel 3.1 Butir Pertanyaan <i>Brand Trust</i>	30
Tabel 3.2 Butir pertanyaan <i>Customer Satisfaction</i>	31
Tabel 3.3 Butir pertanyaan <i>Customer Satisfaction</i>	33
Tabel 4.1 <i>Customer Satisfaction (t-values dan factor loading)</i>	52
Tabel 4.2 <i>Brand Trust (t-value dan factor loading)</i>	52
Tabel 4.3 <i>Brand Behavioral Loyalty (t-value dan factor loading)</i>	53
Tabel 4.4 Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	53
Tabel 4.5 Reliabilitas <i>Brand Trust</i>	54
Tabel 4.6 Reliabilitas <i>Behavioral Loyalty</i>	55
Tabel 4.7 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.8 Presentase Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.9 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.10 Presentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	57
Tabel 4.11 Skor rata – rata <i>Customer Satisfaction</i>	58





Tabel 4.12 Skor rata – rata <i>Brand Trust</i>	59
Tabel 4.13 Skor rata – rata <i>Behavioral Loyalty</i>	61
Tabel 4.14 Goodness of Fit Statistics (parsial).....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Fit	66
Tabel 4.16 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, Pengaruh Total	69

Hak Cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Perkembangan Jumlah Penduduk.....	2
Gambar 1.2	Data Lokasi Restoran Di Seluruh Pulau Jawa Tahun 2014	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1	Diagram Alur	45
Gambar 4.1	Logo Restoran Bandar Djakarta.....	47
Gambar 4.2	Nilai t-value Model Struktural	67
Gambar 4.3	Nilai Standarized Solution Model Struktural.....	69

© Hak cipta milik IBI KIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



- Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Sampel/Obyek Penelitian.....	81
LAMPIRAN 2 : Data dan atau Instrumen Alat Pengukuran	85
LAMPIRAN 3 : Hasil cetak dari pengolahan data	95



1. Dilang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.