



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPERCAYAAN DIRI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MAHASISWA PENGGUNA
SEPATU VANS**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Mercu Buana**

UNIV Di susun oleh: S

Aufarizan Rahadi

46117010130

Dosen Pembimbing:

Amy Mardhatillah, M.Sc, Ph.D

Fakultas Psikologi

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2021

THE EFFECT OF BRAND TRUST AND CONFIDENCE ON CUSTOMER LOYALTY OF VANS SHOES

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out whether there is (1) the effect of brand trust on customer loyalty using vans shoes on students and to find out whether there is (2) the influence of self-confidence on customer loyalty. By using accidental sampling, then this research data was processed using SPSS version 25.0 program and obtained 150 respondents who were students of University X in West Jakarta. The results of this study based on data processing showed that (1) the value of t-count, Brand Trust variable with sig 0.00 <0.05 and Self Confidence with sig 0.00 <0.05 had an effect on the Customer Loyalty variable. And from the simultaneous test (2) the calculated F is 49.212 > 3.078 from the F table value, which means that the independent variable, namely Brand Trust and Self-confidence, simultaneously has a significant effect on the dependent variable, namely Customer Loyalty.

Keywords: Brand Trust, Confidence, Customer Loyalty.



PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA SEPATU VANS

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui adakah (1) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan pengguna sepatu vans pada mahasiswa dan mengetahui adakah (2) pengaruh kepercayaan diri terhadap loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan *accidental* sampling, kemudian data penelitian ini diolah menggunakan program SPSS versi 25.0 dan diperoleh 150 responden yang merupakan mahasiswa universitas x di Jakarta barat. Hasil penelitian ini berdasarkan pengolahan data menunjukkan bahwa (1) nilai t-hitung, variabel Kepercayaan Merek dengan sig $0,00 < 0,05$ dan Kepercayaan Diri dengan sig $0,00 < 0,05$ terdapat pengaruh terhadap variabel Loyalitas Pelanggan. Dan dari uji simultan (2) F hitung sebesar $49,212 > 3,078$ dari nilai F tabel yang artinya bahwa variabel independent yaitu Kepercayaan Merek dan Kepercayaan diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Kepercayaan Diri, Loyalitas Pelanggan.



PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepercayaan Diri Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Sepatu Vans” telah diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tanggal 3 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Jakarta, 3 Agustus 2021

Sidang Skripsi

<p>Penguji 1</p>  <p>Dhani Irmawan, S.Psi., M.Sc</p>	 <p>Pembimbing</p>	<p>Penguji 2</p>  <p>Drs. Agung Sigit Santoso, M.Si., Psikolog</p>
--	---	--

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Amy Mardhatillah, Ph.D

PSI 07210070



Please Scan QR Code Verify

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tugas Akhir ini :

JUDUL : Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepercayaan Diri Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Sepatu Vans

Nama : AUFARIZAN RAHADI

NIM : 46117010130

Program Studi : Psikologi

Tanggal : 21 Juli 2021

Merupakan hasil studi penelitian lapangan dan karya saya sendiri dengan bimbingan dari Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya Ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 19 April 2021



KATA PENGANTAR

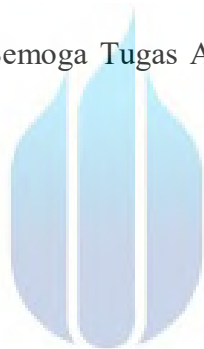
Puji dan syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan nikmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kepercayaan Diri Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Sepatu Vans”**. Tugas Akhir ini disusun dan diajukan untuk memenuhi prasyarat dalam memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Psikologi di Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada banyak pihak yang telah membimbing dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan demikian pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Setiawati Intan Savitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Yenny, M.Psi., Psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. (C) Irma Himmatul A, M.Psi., Psi, selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dani Irmanawan, S.Psi., M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Amy Mardhatillah, M.Sc, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberi dukungan serta memberikan banyak ilmu baru dalam penulisan tugas akhir ini sehingga dapat selesai dengan baik.

6. Terima kasih sebesar-besarnya untuk kedua orang tua saya yang telah membiayai sampai selesai kuliah.
7. Seluruh pihak yang terlibat yang sudah berbaik hati membantu dalam pengisian dan penyebaran *google form*. Terima kasih atas waktu yang sudah diluangkan, namun penulis tidak dapat menyebutkan satu-persatu.
8. Terima kasih kepada kidut dan fajar sudah menemani perjuangan dari semester 1 sampai selesai.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk kita semua, aamiin.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 April 2021

Aufarizan Rahadi

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	6
Tujuan Penelitian	7
Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
Kajian Teori	9
Loyalitas Pelanggan	9
Kepercayaan Diri	11
Kepercayaan Merek	14
Penelitian Terdahulu	16
Kerangka Berpikir	18
Dinamika pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	19
Dinamika pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Loyalitas Pelanggan	19
Hipotesa Penelitian	20
BAB III	21
Desain Penelitian	21
Variabel Penelitian	21
Populasi dan Sampel	21
Populasi	21
Sampel	22
Definisi Konseptual, Definisi Operasional, dan Instrumen Penelitian	23
Definisi Konseptual	23
Definisi Operasional	23
Instrumen Penelitian	24
Teknik Pengumpulan Data	27

Teknik Analisis Data	27
Uji Kualitas Instrumen.....	27
Uji Asumsi Klasik	28
Uji Hipotesis	29
BAB IV	30
Gambaran Umum Responden Penelitian	30
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Semester	31
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jumlah Sepatu Yang Dimiliki	31
Gambaran Umum Responden Berdasarkan Sistem Pembelian.....	32
Analisis Data Deskriptif	32
Analisis Kepercayaan Merek.....	33
Analisis Kepercayaan Diri.....	34
Analisis Loyalitas Pelanggan	34
Hasil Uji Kualitas Instrumen	35
Uji Validitas	35
Uji Reliabilitas	35
Hasil Uji Asumsi Klasik	36
Hasil Uji Normalitas	36
Hasil Uji Hipotesis	37
Uji Parcial (T-test).....	37
Uji Simultan (F-test)	38
Uji Koefisien Determinasi.....	39
Pembahasan.....	39
BAB V.....	43
Kesimpulan.....	43
Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Pra-Penelitian Loyalitas Pelanggan.....	2
Tabel 1. 2 Tabel Pra-Penelitian Kepercayaan Diri.....	3
Tabel 1. 3 Tabel Pra-penelitian Kepercayaan Merek.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Tabel Blue Print Kepercayaan Merek	24
Tabel 3. 2 Tabel Alat Ukur Kepercayaan diri	25
Tabel 3. 3 Tabel Alat Ukur Loyalitas Pelanggan.....	26
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif	33
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Kepercayaan Merek.....	33
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Kepercayaan Diri	34
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	34
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial.....	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Simultan.....	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran mengenai Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepercayaan diri terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna sepatu X pada Mahasiswa Universitas X di Jakarta Barat	19
Gambar 4. 1 Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Gambar 4. 2 Gambaran Umum Berdasarkan Semester	31
Gambar 4. 3 Gambaran Umum Berdasarkan Jumlah Sepatu Yang Dimiliki	31
Gambar 4. 4 Gambaran Umum Berdasarkan Sistem Pembelian	31

