

PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND CREDIBILITY, TRUST DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY THRIFT SHOP BAPER STORE*

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Yohanna Limbong

Nim 43118120156

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2023

PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND CREDIBILITY, TRUST DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY THRIFT SHOP BAPER STORE*

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Yohanna Limbong

Nim 43118120156

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yohanna Limbong

NIM 43118120156

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Maret 2023



Yohanna Limbong

NIM. 43118120156

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yohanna Limbong
NIM : 43118120156
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Awareness, Brand Credibility, Trust dan Customer Perceived Value Terhadap Customer Loyalty Thrift Shop Baper Store
Tanggal Sidang : 7 Juni 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 08232606



Please Scan QRCode to Verify

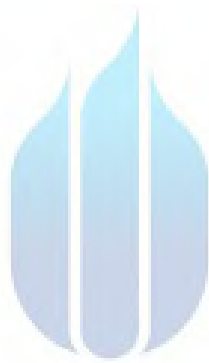
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas srahmat, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Brand Awareness, Brand Credibility, Trust dan Customer Perceived Value terhadap Customer Loyalty pelanggan Thrift Bhop Baper Store”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen.
5. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini

6. Seluruh Keluarga dan Teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh doa yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti;

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampumeningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 16 Maret 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Yohanna Limbong

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kajian Pustaka	17
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Pengembangan Hipotesis.....	41
D. Kerangka Konseptual... ..	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
B. Desain Penelitian.....	47
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	47
D. Skala Pengukuran Variabel.....	50

E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	51
F. Teknik Pengumpulan Data... ..	52
G. Metode Analisis Data.....	53
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan... ..	58
B. Analisis Deskriptif.....	58
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	68
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Signifikan dan Tidak Signifikan	11
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey <i>thrift shop baper store</i>	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3.1 Operasional Variabel	48
Tabel 3.2 Skala Linkert.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	61
Tabel 4.5 Uji Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i>	62
Tabel 4.6 Uji Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Brand Credibility</i>	63
Tabel 4.7 Uji Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i>	64
Tabel 4.8 Uji Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	66
Tabel 4.9 Uji Deskriptif Jawaban Responden Variabel <i>Customer Loyalty</i>	67
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	69
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Variable</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Pengujian AVE.....	74
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i>	75
Tabel 4.14 Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	76
Tabel 4.15 Nilai Variabel Endogen	77
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peningkatan Pendapatan Industri Tekstil.....	3
Gambar 1.2 Estimasi Pertumbuhan Bisnis <i>thrifting</i>	4
Gambar 1.3 Pertumbuhan Penjualan Baper Store.....	6
Gambar 1.4 Kenaikan Membership Baper Store.....	7
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	45
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS.....	71
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	96
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS.....	114

