

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PRODUK BAJU MEREK ZARA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Di Ajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**



Diajukan Oleh :

FATHOR RASI AL AZIZ

NPM : 14420224

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA
SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fathor Rasi Al Aziz
NPM : 14420224
Alamat : Ds. Parse Kec, Arjasa Kab. Sumenep
Program studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PRODUK BAJU MEREK ZARA DI SURABAYA** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 januari 2019

Yang membuat pernyataan



Fathor Rasi Al Aziz

14420224

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PRODUK BAJU
MEREK ZARA DI SURABAYA**


Diajukan Oleh

FATHOR RASI AL AZIZ

NPM : 14420224

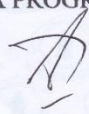
TELAH DI SETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


LESTARI, SE, MM

Tanggal, 29 - 01 - 2019

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. SITI DJAMILAH, SE, M, Si

Tanggal, 29 - 01 - 2019

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PRODUK BAJU
MEREK ZARA DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :


FATHOR RASI AL AZIZ

NPM : 14420224

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain


LESTARI, SE, MM.



DIJAH JULINDRASTUTI, SE, M.AK


GIYANA, SE, MM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen

Tanggal, 17-01-2019


Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur ‘Alhamdulillah’ peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya maupun kasih sayangnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dan disajikan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna meraih gelar Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Adapun judul skripsi ini adalah “PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PRODUK BAJU MEREK ZARA DI SURABAYA”.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini peneliti dengan perasaan tulus serta syukur guna menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., Sp. THT-KL (k), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, M.M, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Siti Dr.Djamilah, SE., M,Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Lestari, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.

5. Ibu Dewi Nuraini, SE. selaku Dosen Wali yang telah memberikan dukungan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Yang telah memberikan ilmu dan meluangkan waktunya untuk mengajar, membimbing dari awal semester hingga skripsi ini selesai.
7. Ayah dan ibu yang telah memberikan doa dan dukungan selama masa perkuliahan dan proses pembuatan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran dalam menyusun skripsi ini. Dimana kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Namun demikian dengan segala kerendahan hati peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan yang membacanya. Akhir kata, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran-saran yang sifatnya membangun dari rekan-rekan yang lain.

Surabaya, 09 Januari 2019

Penulis

Fathor Rasi Al Aziz

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	
xiii	
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Produk	16
2.1.3 Pengertian Merk	20
2.1.4 Kepercayaan Merk	27
2.1.5 Kualitas Layanan	30
2.1.6 Loyalitas Merk	33

2.2	Penelitian Terdahulu	37
2.2.1	Kevin Kam Fung So, Ceridwyn King, Bayerley A.Sparks, Ying Wang (2013).....	37
2.2.2	Sajjad Ahmd Baing, Muhammad Zia-Ur-Rehman, Saud, Ehtisham Javed, Tasneem Aslam and Ahmed Shafique (2015)	39
2.2.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek	43
2.2.4	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek	43
2.2.5	Pengaruh kualitas layanan terhadap Loyalitas Merek..	44
2.3	Kerangka Pemikiran.....	45
2.4	Hipotesa Penelitian.....	46
BAB III METODA PENELITIAN.....		47
3.1	Pendekatan Penelitian	47
3.2.	Populasi dan Sampel	47
3.2.1	Populasi	47
3.2.2	Sampel.....	47
3.3.	Identifikasi Variabel.....	48
3.3.1	Variabel Bebas	48
3.3.2	Variabel Terikat	48
3.4.	Definisi Operasional dan pengukuran Variabel.....	49
3.4.1	Definisi Operasional.....	49
3.4.2	Pengukuran variabel.....	51
3.5.	Jenis dan Sumber data.....	52
3.5.1	Jenis Data	52
3.5.2	Sumber Data.....	52
3.6.	Prosedur Pengumpulan Data.....	53
3.7.	Teknik Analisa Data.....	54
3.7.1	Uji Validitas dan Realibilitas	54
3.7.2	Analisa Deskriptif	55
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	55

3.7.4 Uji Hipotesis.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Zara	62
4.1.2 Perkembangan Zara di Indonesia.....	65
4.1.3 Skema Bisnis	68
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Gambaran Umum Responden	71
4.2.2 Pengujian Statistik.....	75
4.2.2.1 Validitas dan Reliabilitas	75
4.2.2.2 Asumsi Klasik	84
4.2.2.3 Analisa Regresi Berganda	89
4.2.2.4 Pengujian Hipotesa.....	93
4.3 Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	99
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen ..	99
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	100
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	101
4.4 Pembahasan.....	103

Bab V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Saran	107

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index 2017	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	41
Tabel 3.1	Kategori Rata – Rata Jawaban Responden	71
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi.....	74
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pakaian	74
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Uji Validitas Citra Merek	76
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Uji Validitas Kepercayaan Merek.....	77
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Uji Validita Kualitas Layanan	77
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	79
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Citra Merek.....	80
Tabel 4.10	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek.....	81
Tabel 4.11	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	82
Tabel 4.12	Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	83
Tabel 4.13	Hasil SPSS Normalitas Kolgorov Smirnov	85
Tabel 4.14	Hasil SPSS Uji GLESTJER.....	87
Tabel 4.15	Hasil SPSS Kolinearitas	89
Tabel 4.16	Hasil SPSS Regresi Linier Berganda.....	91
Tabel 4.17	Hasil SPSS Koefisien Determinasi.....	92
Tabel 4.18	Hasil SPSS Uji F.....	93
Tabel 4.19	Hasil SPSS Uji T Statistik	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Kevin Kam Fung So	38
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Baing	40
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	46
Gambar 4.1	Hasil SPSS Uji Normalitas	86
Gambar 4.2	Kurva SPSS Uji Simultan F.....	84
Gambar 4.3	Kurva Distribusi Uji T pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	96
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen	98
Gambar 4.4	Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Input SPSS

Lampiran 3 Output SPSS

ABSTRAK

Persaingan di industri pakaian Indonesia semakin meningkat. Banyak merek pakaian yang tersedia di pasaran memiliki kualitas yang baik dan populer. ZARA adalah salah satu pakaian terkenal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kualitas layanan terhadap loyalitas produk baju merek ZARA di Surabaya. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang diberikan kepada 100 responden dari komunitas Surabaya. Sampel dipilih dengan judgment sampling. Teknik analisis data menggunakan MRA (Analisis Regresi Berganda). Hasil penelitian menemukan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek, kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kepercayaan merek, dan citra merek serta kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Layanan, Loyalitas Merek

ABSTRACT

The Competition in Indonesia clothes industry is growing rapidly. Many brand of clothes which available in market place have a good quality and popular. ZARA was one of clothes famous in Indonesia. This study aims to describe and analyze the influence of brand image, brand trust, and service quality on brand loyalty of ZARA clothes in Surabaya. Data collected with questionnaire which given to 100 respondents from community of Surabaya. Sample was selected by judgement sampling. Technique analysis of data used MRA (Multiple Regression Analysis). The result found that brand image has significant effect on brand loyalty, Brand Trust has significant effect on brand loyalty and service quality has significant effect on brand loyalty. The result showed that brand image, brand trust, and brand image and service quality effect significantly on brand loyalty

Keyword :Brand Image, Brand Trust, Service Quality, Brand Loyalty