

**PERANAN *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND TRUST*
UNTUK MEMBANGUN *BRAND LOYALTY* KOPI KENANGAN
GERAI *GREEN PRAMUKA SQUARE***

WIRDA SILFIYAH

8135160737



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION AND BRAND TRUST TO BUILD BRAND LOYALTY OF KOPI KENANGAN, GREEN PRAMUKA SQUARE

WIRDA SILFIYAH

8135160737



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

***This Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of The Requirements for
The Degree of Bachelor of Education at Faculty of Economics Universitas
Negeri Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

ABSTRAK

WIRDA SILFIYAH, Peranan *Customer Satisfaction* dan *Brand Trust* untuk Membangun *Brand Loyalty* Kopi Kenangan Gerai *Green Pramuka Square*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *customer satisfaction* dan *brand trust* untuk membangun *brand loyalty* Kopi Kenangan gerai *Green Pramuka Square*. Penelitian dilakukan secara daring melalui survei dengan *Google Form* yang disebar kepada mahasiswa yang berdomisili di Jakarta dan merupakan pelanggan loyal Kopi Kenangan gerai *Green Pramuka Square*. Penelitian ini berlangsung mulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Juni 2020 atau selama 6 (enam) bulan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling method* dengan melibatkan 123 responden. Persamaan regresi yang dihasilkan antara *customer satisfaction* (X1) terhadap *brand loyalty* (Y) adalah $\hat{Y} = 30,487 + 0,608 X1$ dan persamaan regresi yang dihasilkan antara *brand trust* (X2) terhadap *brand loyalty* (Y) adalah $\hat{Y} = 37,973 + 0,525 X2$. Uji *Kolmogorov – Smirnov (goodness of fit)* untuk menguji normalitas galat taksiran regresi dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y sebesar 0,200, X1 sebesar 0,200 dan X2 sebesar 0,200. Ketiga variabel tersebut memiliki tingkat signifikansi > 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *brand loyalty* (Y), *customer satisfaction* (X1), dan *brand trust* (X2) berdistribusi normal sehingga dapat melakukan analisis selanjutnya. Ketiga variabel tersebut memiliki tingkat signifikansi > 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Y, X1, dan X2 berdistribusi normal sehingga dapat melakukan analisis selanjutnya. Pada uji linieritas, regresi Y atas X1 dan Y atas X2 menghasilkan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Lalu, pada uji t dengan $t_{tabel} = 1,979$ menghasilkan Y atas X1 sebesar $7,473 > 1,979$ dan Y atas X2 sebesar $6,930 > 1,979$. Nilai *Pearson Correlation* X1 terhadap Y sebesar 0,562 dan X2 terhadap Y sebesar 0,533. Maka, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *customer satisfaction* (X1) terhadap *brand loyalty* (Y) dan *brand trust* (X2) terhadap *brand loyalty* (Y). Koefisien determinasi Y atas X1 sebesar 31,6% dan sisanya 68,4% dipengaruhi faktor lain. Kemudian, koefisien determinasi Y atas X2 sebesar 28,4% dan sisanya 71,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Brand Loyalty, Customer Satisfaction, Brand Trust.*

ABSTRACT

WIRDA SILFIYAH, *The Role of Customer Satisfaction and Brand Trust to Build Brand Loyalty Kopi Kenangan, Green Pramuka Square.*

This study aims to determine the role of customer satisfaction and brand trust to build brand loyalty of Kopi Kenangan, Square Green Pramuka outlet. The study has been conducted through online survey with Google Form and has been distributed to students in Jakarta who were loyal customers of Kopi Kenangan, Square Green Pramuka outlet. This study has been conducted from January 2020 to June 2020 or for 6 (six) months involving 123 respondents who were selected using purposive sampling method. The results of simple linear regression equation between customer satisfaction (X1) towards brand loyalty (Y) was $\hat{Y} = 30,487 + 0,608 X1$ and the results of regression equation between brand trust (X2) towards brand loyalty (Y) was $\hat{Y} = 37,973 + 0,525 X2$. Kolmogorov - Smirnov test (goodness of fit) to test the normality of the estimated error of regression with a significance level (α) = 5% or 0,05 and produce a significance level of Y of 0,200, X1 of 0,200 and X2 of 0,200. All three of these variables have a significance level more than 0,05. So, it can be concluded that brand loyalty (Y), customer satisfaction (X1), and brand trust (X2) were normally distributed so further analysis can be conducted. All three of these variables have a significance level $> 0,05$. So, it can be concluded that the variables Y, X1, and X2 were normally distributed so that they can carry out further analysis. In the linearity test, the regression of Y over X1 and Y over X2 produces a significance value of $0,000 < 0,05$, so it is concluded that it has a linear relationship. Then, the t test with $t_{table} = 1,979$ produces Y over X1 of $7,473 > 1,979$ and Y over X2 of $6,930 > 1,979$. The value of Pearson Correlation X1 against Y was 0,562 and X2 against Y was 0,533. Then, there is a positive and significant effect between customer satisfaction (X1) on brand loyalty (Y) and brand trust (X2) on brand loyalty (Y). The coefficient of determination of Y over X1 was 31,6% and the remaining 68,4% was influenced by other factors. Then, the coefficient of determination of Y over X2 was 28,4% and the remaining 71,6% was influenced by other factors.

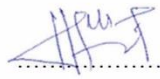
Keywords: *Brand Loyalty, Customer Satisfaction, Brand Trust.*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001 (Ketua)		7 Juli 2020
2	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, S.E., M.M.</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		12 Juni 2020
3	<u>Dr. Corry Yohana, M.M.</u> NIP. 195909181985032011 (Penguji Ahli)		16 Juni 2020
4	<u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si.</u> NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		26 Juni 2020
5	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		11 Juni 2020

Nama : Wirda Silfiyah
No. Registrasi : 8135160737
Program Studi : Pendidikan Bisnis 2016
Tanggal Lulus : 24 Juli 2020

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik maupun sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



Wirda Silfiyah
NIM. 8135160737

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wirda Silfiyah
NIM : 8135160737
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi/ S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : id.wirda1004@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Peranan *Customer Satisfaction* dan *Brand Trust* untuk Membangun *Brand Loyalty* Kopi

Kenangan Green Pramuka Square.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2020

Penulis

(Wirda Silfiyah)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

I am what I have done.

*“Jadilah seperti pohon yang tumbuh dan berbuah lebat. Dilempar dengan batu,
tetapi membalasnya dengan buah”.*

(Abu Bakar As Siddiq)

“Stay hungry, Stay Foolish”

(Steve Jobs, 1955 - 2011)

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, Rabb pemelihara alam. Atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu, Ayah, adik-adik, dan sahabat terdekat saya, yang selalu menyayangi, mendukung, dan mendoakan saya dalam keadaan apapun. Sehingga saya selalu termotivasi untuk selalu bersemangat dan yakin dalam meraih cita-cita dan impian saya. Skripsi ini juga saya persembahkan untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna selaku dosen pembimbing saya yang memberikan bimbingan dan arahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa Peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Setelah beberapa bulan, akhirnya Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Peranan *Customer Satisfaction* dan *Brand Trust* untuk Membangun *Brand Loyalty* Kopi Kenangan Gerai *Green Pramuka Square*”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan tidak luput dari kendala. Berkat saran, dukungan, dan bantuan moral maupun materiel dari banyak pihak, kendala-kendala tersebut dapat dilalui. Peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Nurdin Hidayat, M. Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan dan motivasi hingga skripsi ini dapat tersusun.
2. Ibu Ryna Parlyna, MBA selaku Dosen Pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan masukan dan motivasi hingga skripsi ini dapat tersusun.

3. Ibu Rahmi, S.E., M.S.M selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Dosen-Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat.
6. Kedua orang tua saya, Ibu Tauhidah dan Bapak Suharsanto, adik-adik saya, Salsabila Aida Fitria dan Mahfuz Azhari, serta anggota keluarga lain yang selalu menyemangati, mendukung, memotivasi, mendoakan, dan banyak membantu saya dalam kondisi apapun. Tak lupa, sahabat terdekat saya, Muhammad Karunia Rahmadhika yang juga selalu menghibur, memotivasi, membantu dan menemani selama penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat saya sejak SMP dan SMA, Adnany, Febi, Ria, Angel, Rukmi, Rizka, dan Rizky serta teman-teman sepermainan di Pendidikan Bisnis, Alda, Sabila, Antika, Nadya, Deborah, Dinda, Zafar, Yandhi, Farrel, Luthfi, Ade, Virlia, Indri, Rahma, dan teman-teman lain dari Pendidikan Bisnis 2016 yang telah menyemangati dan membantu selama penyusunan skripsi ini.
8. *Co-Workers* selama saya magang di DigiHR, Mba Nancy, Ayunda, Mba Intan, Mba Dina, Mba Key, Mba Icha, dan Mba Dora yang selalu menghibur dan memotivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

9. Para pelanggan Kopi Kenangan gerai *Green Pramuka Square* selaku responden dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu dan membantu untuk penyusunan skripsi ini.
10. Pihak-pihak lain yang turut berkontribusi atas terselesaikannya skripsi ini yang tak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan, kritik dan saran yang membangun akan sangat dibutuhkan oleh Peneliti. Semoga Skripsi yang telah Peneliti susun, dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 24 Juli 2020

Wirda Silfiah