



PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LAPTOP ACER (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGKATAN 2019/2020)

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Karuniawan Mahardika

NIM : 201911643

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*,
BRAND IMAGE, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN LAPTOP ACER (STUDI PADA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS
ANGKATAN 2019/2020)**

Nama : Karuniawan Mahardika

NIM : 201911643

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 23 Februari 2024

Pembimbing I



(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.)
NIDN. 0620117103

Pembimbing II



(Automo Rusdianto, S.E., MBA.,
AWM., QWM., CBV.)
NIDN. 0619108502

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*,
BRAND IMAGE, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN LAPTOP ACER (STUDI PADA
MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS
ANGKATAN 2019/2020)**

Nama : Karuniawan Mahardika

NIM : 201911643

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, *23 Februari 2024*

Mengetahui

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing-I



(Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.)
NIDN. 0620117103

Mengetahui

Dekan



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



**(Putomo Rusdianto, S.E., MBA.,
AWM., QWM., CBV.)**
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd: 11).

"Wali kelasku pernah memberi motivasi yang sangat mengena di hati. Katanya, kalau ingin sukses dan berprestasi dalam bidang apa pun, maka lakukanlah dengan prinsip '*saajtahidu fauzq mustawa al-akhar*'. Bahwa aku akan berjuang dengan usaha di atas rata-rata yang dilakukan orang lain."

(Ahmad Fuadi, Negeri 5 Menara)

Persembahan:

"Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada diri saya sendiri, orang tua tercinta, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini"

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Customer Satisfaction*, *Brand Trust*, *Brand Image*, dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Laptop Acer (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2019/2020)”.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah mengarahkan dan membimbing sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., A.W.M., Q.W.M., C.B.V. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis.

6. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan.
7. Bapak, Ibu, keluarga, serta para sahabat yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembimbing dan pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Kudus, 23 Februari 2024.

Penulis,



Karuniawan Mahardika

NIM. 201911643

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN LAPTOP ACER (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGGKATAN 2019/2020)

Karuniawan Mahardika
201911643

Pembimbing 1 : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.
2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *customer satisfaction*, *brand trust*, *brand image*, dan inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan laptop Acer pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2019/2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif kausal. Pada penelitian ini metode *Purposive Sampling* digunakan untuk mendapatkan sampel sebanyak 50 responden dengan olah data menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *customer satisfaction* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci: *Customer Satisfaction*, *Brand Trust*, *Brand Image*, Inovasi Produk, Loyalitas Pelanggan.

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION, BRAND TRUST,
BRAND IMAGE, AND PRODUCT INNOVATION ON LOYALTY OF
CUSTOMER LAPTOP ACER (CASE ON 2019/2020 MANAGEMENT
STUDENTS AT UNIVERSITAS MURIA KUDUS)***

Karuniawan Mahardika
201911643

Supervisor 1 : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.
2 : Hutomo Rusdianto, S.E., MBA., AWM., QWM., CBV.

***UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM***

ABSTRACT

This study aims to analyse the effect of customer satisfaction, brand trust, brand image, and product innovation on loyalty of customer laptop Acer on 2019/2020 Management Students at Universitas Muria Kudus. This research uses a quantitative approach with descriptive and causal-associative research types. In this study the purposive sampling method was used to obtain a sample of 50 respondents with data processing using SPSS version 26. The results showed that partially customer satisfaction has no effect on customer loyalty, brand trust has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, product innovation has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Trust, Brand Image, Product Innovation, Customer Loyalty.

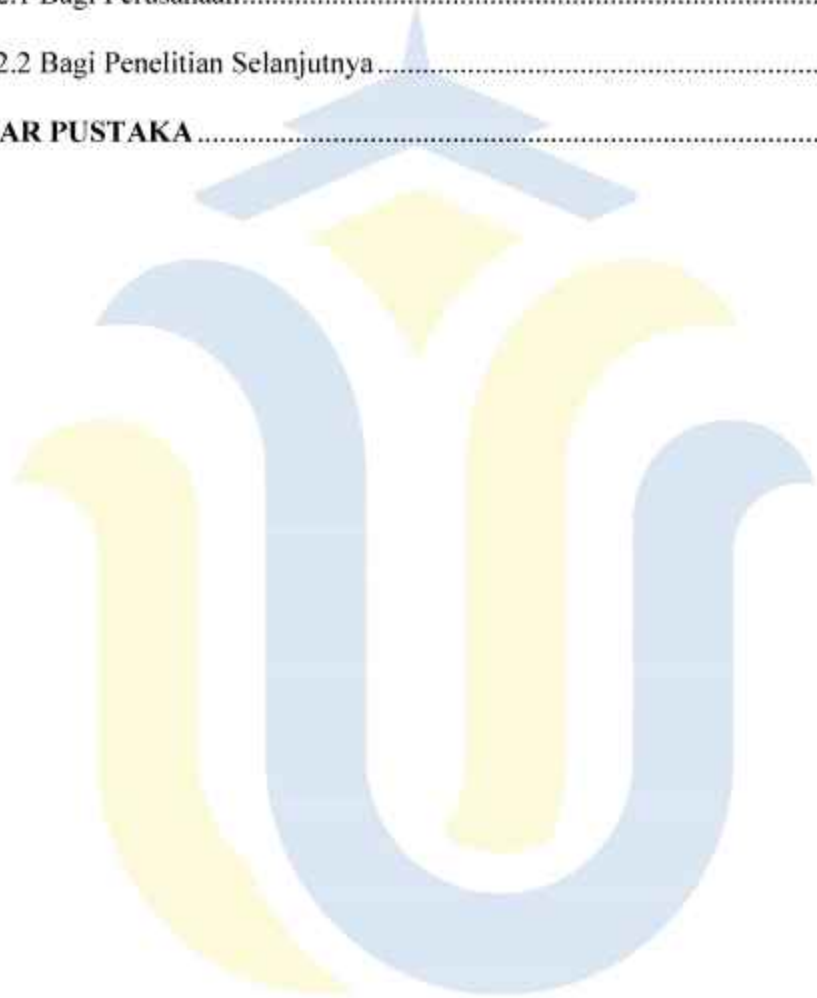
DAFTAR ISI

	Hal
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.1.4 <i>Brand Trust</i>	19
2.1.5 <i>Brand Image</i>	21
2.1.6 Inovasi Produk	23
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengaruh Antar Variabel	28
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	28

2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.3.4 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Rancangan Penelitian	32
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	32
3.2.1 Variabel Penelitian.....	32
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	36
3.3.1 Jenis Data	36
3.3.2 Sumber Data	36
3.4 Populasi dan Sampel	37
3.4.1 Populasi.....	37
3.4.2 Sampel	37
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.6.1 Uji Validitas	39
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.7 Analisis Data	41
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	41

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.7.4 Uji t.....	45
3.7.5 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	46
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.2 Penyajian Data.....	48
4.2.1 Deskripsi Responden	48
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel	50
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	54
4.3.1 Uji Validitas.....	54
4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.4 Analisis Data	57
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	57
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.4.4 Uji t.....	66
4.4.5 Uji Kelayakan Model (Uji F).....	68
4.4.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.5 Pembahasan	70
4.5.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	70
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	71
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	72

4.5.4 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	76
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 <i>Top Brand Indeks</i> Kategori Telekomunikasi/IT Tahun 2018-2021	4
Tabel 1.2 Alasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2019/2020 Memilih Laptop Acer	5
Tabel 1.3 Pertanyaan dan Jawaban Terkait Loyalitas Pelanggan Laptop Acer	6
Tabel 3.4 Skala Likert	39
Tabel 4.5 Distribusi Jenis Kelamin Responden	49
Tabel 4.6 Distribusi Umur Responden	49
Tabel 4.7 Variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.8 Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	51
Tabel 4.9 Variabel <i>Brand Trust</i>	52
Tabel 4.10 Variabel <i>Brand Image</i>	53
Tabel 4.11 Variabel Inovasi Produk	54
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas	55
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov (K-S)	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik t	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik F	69
Tabel 4.20 Hasil Olah Data Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot of Regression Standardied Residual.....	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62

