

**PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT*
TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK SERTA
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK.**

(STUDY PADA *CUSTOMER* BUTIK ZOYA MALL OLYMPIC GARDEN

MALANG)

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)



KHILYA NUR AFIFAH

20017.69.10.0005

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN**

2021

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Customer Engagement terhadap Kepercayaan Merek
serta dampaknya pada Loyalitas Merek (Study pada *Customer*
Butik Zoya Mall Olympic Garden Malang)

Disusun oleh : Khilya Nur Afifah

NIM : 201769100005

Fakultas : Ilmu Sosial Dan Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan

di depan tim penguji

Pasuruan, 19 Agustus 2021

menyetujui



(Nur Azzah S. Sosa,
M.A.B)

NIP. Y.0691502001

Pembimbing,

(Dr. Any Urwatul Wusko,

M.A.B)

NIP. Y.0691103037

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI,
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
YUDHARTA PASURUAN, PADA:

HARI : Sabtu

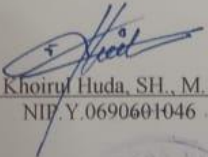
TANGGAL : 28 Agustus 2021

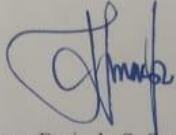
JAM : 20.00 WIB

JUDUL : Pengaru *Customer Engagement* terhadap Kepercayaan Merek serta
dampaknya pada Loyalitas Merek (Study pada *Customer* Butik Zoya
Mall Olympic Garden Malang)

DINYATAKAN LULUS

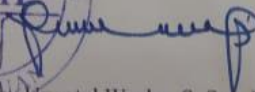
MAJELIS PENGUJI


Dr. Khoirul Huda, SH., M. Hum
NIP. Y.0690604046


Amma Fazizah, S. Sos, M. AB
NIP. Y.0691103040



MENGESAHKAN,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik


Dr. Anv Urwatul Wusko, S. Sos, M. AB
NIP. Y.0691103037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Khilya Nur Afifah

Nim : 201769100005

Fakultas : Ilmu Sosial Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa proposal skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya tulis saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 06 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



Khilya Nur Afifah

(201769100005)

Halaman Persembahan

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala karunia dan hidayah-Nya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Bapak dan ibu terimakasih atas dukungan, doa, nasihat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak pernah usai hingga membuat ku sadar bahwa proses memang tidaklah mudah.
2. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Any Urwatul Wusko., S. Sos. M. AB. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami dan selalu bersedia kami repotkan.
3. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta mendengarkan semua keluh kesah perjuanganku untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuangan, “Administrasi Bisnis 2017-2021”. Terima kasih atas warna-warni kehidupan ampun yang kalian lukiskan selama ini. Tetaplah berjuang teman-teman. Ujian yang sebenarnya akan segera kita lalui. Doaku selalu menyertai kalian dimanapun berada.

Motto

“Jadilah sedikit lebih kuat,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,”

Bukan untuk orang lain melainkan untuk dirimu sendiri. Apapun masalahnya percayalah, kamu bisa melewatinya.

Akan ada dimana kamu menikmati perjuangan ini dan berterima kasih kepada diri sendiri karena gapernah nyerah :))

Semangat yuk, kamu hebat kamu kuat,,,”

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK.

(Study pada *Customer* Butik Zoya Mall Olympic Garden Malang)

Khilya Nur Afifah

Dr. Any Urwatul Wusko, S, Sos, M. AB

Program Study Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Email: khilyanurafifah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk Zoya, *Customer Engagement*, Kepercayaan merek dan Loyalitas Merek di MOG Malang baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Teknik penelitian ini dilakukan dengan cara survei menggunakan kuisisioner *online* dengan media *Google Form* sebagai tempat pengambilan sampelnya. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 116 responden yang di hitung dengan menggunakan rumus *Machin and Chambell*. Menggunakan metode penelitian *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknis analisis data analisis jalur, uji asumsi klasik, uji F dan uji t. Hasil penelitian yang didapati diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi berjenis kelamin wanita (100%) dengan usia 21-30 (75.0%) dan status belum menikah dengan frekuensi 69 orang atau (59.5%) dengan tingkat pendidikan terakhir SMK/SMA dengan frekuensi 75 orang atau (64.7%) dengan jenis pekerjaan sebagian besar IRT sebanyak 22 orang (19.0%) serta penghasilan perbulan paling banyak < Rp. 3 juta atau (68.1%). Hasil analisis 1 diketahui signifikan *Customer Engagement* (X) sebesar $0.000 < 0.05$ berarti terdapat pengaruh secara positif (nilai *constan* 0.538) terhadap Kepercayaan Merek (Z). Hasil analisis 2 diketahui bahwa Kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Merek. Nilai koefisien regresi Kepercayaan merek sebesar 0.565. Hasil analisis 3 diketahui bahwa *Customer Engagement* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Merek dengan koefisien sebesar 0.610.

Kata Kunci: *Customer Engagement*, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek.

***INFLUENCE CUSTOMER ENGAGEMENT ON TRUST BRAND AND ITS
IMPACT ON BRAND LOYALTY.***

(Study on Customers Boutique Zoya Mall Olympic Garden Malang)

Khilya Nur Afifah

Dr. Any Urwatul Wusko, S, Sos, M. AB

*Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,
University Yudharta Pasuruan.*

E-mail: khilyanurafifah@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine consumer behavior towards Zoya products, customer engagement, Brand Trust and Brand Loyalty at MOG Malang either jointly or partially. This research technique was carried out by means of a survey using a questionnaire on line with media Google Forms as the sampling site. The population in this study were 116 respondents who were calculated using the formula Machin and Chambell. Using research methods explanatory research with a quantitative approach using the technical analysis of data path analysis, classical assumption test, F test and t test. The results of the study found that the respondents in this study were predominantly female (100%) aged 21-30 (75.0%) and unmarried status with a frequency of 69 people or (59.5%) with the last education level of SMK/SMA with a frequency of 75. people or (64.7%) with the type of work mostly IRT as many as 22 people (19.0%) and income per month at most < Rp. 3 million or (68.1%). The result of analysis 1 is known to be significant Customer Engagement (X) of $0.000 < 0.05$ means that there is a positive influence (value constant 0.538) on Brand Trust (Z). The results of analysis 2 show that brand trust has a significant positive effect on Brand Loyalty. Regression coefficient value of brand trust is 0.565. The results of analysis 3 are known that Customer Engagement significant effect on Brand Loyalty with a coefficient of 0.610.

Keywords: *customer engagement, Brand Trust and Brand Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran Allah SWT, atas berkat Rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Prosal SKRIPSI ini dengan judul “Pengaruh *Customer Engagement* terhadap Kepercayaan merek serta dampaknya pada Loyalitas merek (Study pada pengunjung Butik Butik Zoya Mall Olympic Garden Malang)” dengan baik dan tepat waktu.

Tujuan penulisan proposal skripsi ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat *Customer Engagement* yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Romo KH. Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Pondok Pesantren Ngalah yang selalu mendoakan kesuksesan.
2. Bapak Dr. Kholid Murtadho, S.E., M.E selaku rektor Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Kepada ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S. Sos, M. AB sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan, yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.

4. Kepada ibu Nur Ajizah, S.sos., M. AB selaku ketua Program Study Administrasi Bisni Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti pendidikan Strata 1 Program Study Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Yudharta Pasuruan.
 5. Kepada ibu Dr. Any Urwatul Wusko, S. Sos, M. AB selaku Dosen Pembimbing dalam proses SKRIPSI ini yang telah memberikan arahan dan ilmunya kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan proposal SKRIPSI ini dengan baik.
 6. Kepada orang tua tercinta Bapak Choiron dan ibu Siti Fatimah yang selalu mendoakan dan memberikan perhatian.
 7. Teman angkatan 2017 yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menempuh pendidikan Strata 1.
 8. Kepada seluruh pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian proposal SKRIPSI ini.
- Akhir kata semoga Allah SWT. Membalas atas segala amal kebijakan dari pihak-pihak yang tersebut.

Amin.

Pasuruan, 06 Mei 2021

Penulis,

Khilya Nur Afifah

(201769100005)

DAFTAR ISI

Sampul depan
Sampul dalam

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmark not defined.
Halaman Persembahan	v
Motto	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Customer Engagement	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Kepercayaan merek	Error! Bookmark not defined.
2.1.4 Loyalitas merek	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3 Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.

1.	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.
2.	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek	Error! Bookmark not defined.
3.	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Terhadap Loyalitas Merek ..	Error! Bookmark not defined.
2.4	Model Konsep Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.5	Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....		Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN.....		Error! Bookmark not defined.
3.1	Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2	Lokasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Variabel dan Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.	Devinisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.	Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
2.	Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Uji Coba Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2.	Uji Reabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Analisis	Error! Bookmark not defined.
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
2	Uji Asumsi klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....		Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..		Error! Bookmark not defined.
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Profil Zoya	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.

4.2.1	Analisis Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Uji Instrumen	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Analisis Jalur (<i>Path</i>)	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap Kepercayaan merek (H1)	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek (H2)	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap Loyalitas Merek (H3)	Error! Bookmark not defined.
BAB V		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
5.2.1	Saran untuk penelitian selanjutnya	Error! Bookmark not defined.
5.2.2	Saran untuk pihak terkait	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Keterangan	Hal
1.1	Profile Instagram Zoya_mogmalang	7
2.1	Model Hipotesis Sona R. M dkk (2018).....	20
2.2	Model Hipotesis Odytri. C. M, dkk (2019).....	21
2.3	Model hipotesis Regi E. M. dkk (2019).....	23
2.4	Model Hipotesis Lafi Afifah, dkk (2020)	24
2.5	Model Hipotesis Fika M. I dkk (2016)	25
2.6	Model Hipotesis Rianti Sipayung (2017)	26
2.7	Model Hipotesis Teguh dkk (2018)	27
2.8	Model Hipotesis Kiki Afrilia Dewi (2015).....	28
2.9	Model Hipotesis Ritmaratri, dkk (2019).....	29
2.10	Model Hipotesis Evi Rahmawati dan San aji (2015).....	30
2.11	Model Konsep Penelitian	39
2.12	Model Hipotesis	39
3.1	Model Diagram Jalur	56
3.2	Diagram Jalur X terhadap Z.....	58
3.3	Diagram Jalur X dan Z terhadap Y	58
3.4	Estimasi Pengaruh X terhadap Y1 dan Y2	63
3.5	Daerah Penolakan Hipotesis uji f	65
3.6	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis (Uji f).....	67
4.1	Grafik Desain Luas Daerah menurut Kecamatan	69

4.2	Gambar Logo Zoya	71
4.3	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
4.4	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.5	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Status	77
4.6	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	78
4.7	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
4.8	Grafik Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	82
4.9	Model Jalur Srtuktural 1	101
4.10	Model Jalur Srtuktural 2	105
4.11	Model Diagram Jalur Keseluruhan Struktural Penelitian	109

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	hal
1.1	Data Top Brand index Kerudung Zoya pada tahun 2020	5
1.2	Data Top Brand Index busana Muslim pada tahun 2020.....	6
2.1	Devinisi <i>Customer Engagement</i>	13
2.2	Devinisi Kepercayaan merek	16
2.3	Devinisi Loyalitas merek	18
2.4	Mapping Jurnal	31
3.1	Indikator Variabel <i>Customer engagement</i>	43
3.2	Indikator Variabel Kepercayaan merek	44
3.3	Indikator Variabel Loyalitas merek	44
3.4	Penentuan Skor Jawaban Responden.....	45
3.5	Nilai TCR.....	53
3.6	Interprestasi Nilai Koefisien Kolrelasi	59
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2	Usia Responden	74
4.3	Status Responden.....	76
4.4	Pendidikan Terakhir Responden.....	78
4.5	Pekerjaan Responden	79
4.6	Penghasilan Perbulan	81
4.7	Hasil Uji Validitas Untuk <i>Customer Engagement</i>	83
4.8	Hasil Uji Validitas Untuk Kepercayaan Merek	84

4.9	Hasil Uji Validitas Untuk Loyalitas Merek	85
4.10	Hasil Uji Reabilitas dengan <i>Cronbach Alpha</i> > 0.60.....	86
4.11	Kriteria Interpretasi Skor.....	87
4.12	Distribusi Presepsi Responden terhadap indikator pernyataan <i>Customer engagement</i>	88
4.13	Distribusi Presepsi Responden terhadap indikator pernyataan Kepercayaan Merek	91
4.14	Distribusi Presepsi Responden terhadap indikator pernyataan Loyalitas Merek	93
4.15	Hasil Uji Normalitas	97
4.16	Hasil Uji Linieritas.....	98
4.17	Hasil Uji Regresi 1.....	99
4.18	Hasil Uji t Struktural 1	101
4.19	Hasil Uji f Struktural 1.....	102
4.20	Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi (R^2) Struktural 1.....	103
4.21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktural 2.....	103
4.22	Hasil Uji t Struktural 2.....	105
4.23	Hasil Uji f Struktural 2.....	107
4.24	Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi (R^2) Struktural 2.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Keterangan	hal
1	Kuisisioner Penelitian.....	121
2	Data Kuisisioner diolah Ms. Exel 2016.....	124
3	Analisis Deskriptif data diolah SPSS ver. 26.....	133
4	Data uji Validitas <i>Customer Engagement</i> berdasarkan hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	135
5	Data uji Reabilitas <i>Customer Engagement</i> berdasarkan hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	138
6	Data Distribusi Persepsi Responden <i>Customer Engagement</i> diolah Ms. Exel 2016.....	140
7	Perhitungan data TCR hasil pengolahan Ms. Exel 2016.....	141
8	Data Uji Normalitas hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	143
9	Data Uji Linieritas hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	144
10	Data perhitungan Regresi 1 berdasarkan hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	145
11	Data perhitungan Regresi Linier Berganda berdasarkan hasil perhitungan SPSS ver. 26.....	146
12	Surat Perizinan Penelitian.....	147
13	Dokumentasi foto bersama Owner Zoya MOG Malang.....	148

