

**PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS CONSUMER
INVOLVEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA WISMA MUSTIKA 9
SYARIAH DEMAK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Disusun Oleh :

BUDI ATMOKO HANUNG PUTRO

NIM : 30401210466

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2019**

HALAMAN PENGESAHAN

PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS CONSUMER INVOLVEMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISMA MUSTIKA 9 SYARIAH DEMAK

Disusun Oleh :

Budi Atmoko Hanung Putro

N I M : 30401210466

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 6 Maret 2019

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, MM

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

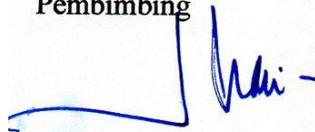
**PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS *CONSUMER INVOLVEMENT*
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
WISMA MUSTIKA 9 SYARIAH DEMAK**

Disusun Oleh :
Budi Atmoko Hanung Putro
NIM : 30401210466

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 22 Maret 2019

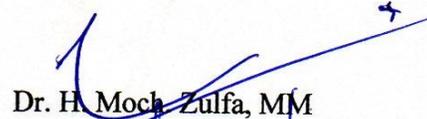
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



Dr. H. Asyhari, MM

Penguji I



Dr. H. Moch. Zulfa, MM

Penguji II



Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal, 22 Maret 2019



Ketua Program Studi Manajemen

Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Budi Atmoko Hanung Putro**

Nim : **30401210466**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: ” **PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS CONSUMER INVOLMENT DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISMA MUSTIKA 9 SYARIAH DEMAK**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 22 maret 2019, adalah hasil karya saya.

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulisan lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah-olah tulisan saya sendiri. Saya juga bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing



Dr. H. Asyhari, SE, MM
NIK. 210491022

Semarang, 22 maret 2019
Yang memberi pernyataan



Budi Atmoko Hanung Putro

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Budi Atmoko Hanung Putro

Nim : 30401210466

Program : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Alamat Asal : Jl. Puspita Sari Raya H6 Wijaya Kusuma 2 DEMAK

No Hp : 082223085267

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah atau skripsi dengan judul ***“PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS CONSUMER INVOLVEMEN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISMA MUSTIKA 9 SYARIAH DEMAK”***

Dan menyetujui menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Unissula serta memberika Hak Bebas Royalti No eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hariter bukti ada pelanggaran Hak Cipta. Plagiatisme dalam karya ilmiah ini maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi UNISSULA.

Semarang, 22 Maret 2019

Yang menyatakan,



Budi Atmoko Hanung Putro

Nim: 30401210466

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *consumer involvement* dan *brand image* dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Populasinya adalah seluruh konsumen yang menginap lebih dari 2 kali di Wisma Mustika 9 Demak dengan sampel sebesar 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling*. Alat analisisnya adalah path analysis, dimana sebelumnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Consumer involvement* dan *brand image* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. *Consumer involvement* dan *brand image* serta kepercayaan terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan mampu menjadi variabel intervening antara *Consumer involvement* terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan mampu menjadi variable intervening antara *brand image* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Consumer involvement*, *brand image*, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out and analyze the influence of consumer involvement and brand image in increasing customer loyalty with trust as an intervening variable. The population is all consumers who stayed more than 2 times at Wisma Mustika 9 Demak with a sample of 100 respondents. The sampling technique used in this research is Purposive sampling. The analysis tool is path analysis, where previously tested the validity and reliability and classic assumption test.

The test results show that Consumer involvement and brand image have a positive and significant influence on trust. Consumer involvement and brand image and trust proved to have a positive and significant influence on customer loyalty. Trust is able to become an intervening variable between Consumer involvement towards customer loyalty. Trust is able to be an intervening variable between brand image and customer loyalty.

Keywords: Consumer involvement, brand image, trust and customer loyalty

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Sesungguhnya semua urusan apabila Allah SWT menghendaki segala sesuatunya Allah hanya berkata : ‘Jadilah’ maka Jadilah” (QS. Yaasiin : 82)

“Maha suci Engkau Ya Allah, tiada ilmu bagiku kecuali sebatas yang engkau tujukan padaku. Sesungguhnya Engkau Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana” (QS. Al-Baqoroh : 32)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ◆ *Orang tuaku tercinta yang selalu memotivasi dan berdoa untuk keberhasilanku*
- ◆ *Sahabat – sahabatku yang selalu memberiku semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.*
- ◆ *Almamater*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga skripsi tentang PENINGKATAN KEPERCAYAAN BERBASIS *CONSUMER INVOLVEMENT* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA WISMA MUSTIKA 9 SYARIAH DEMAK” dapat penulis selesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Asyhari, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi hingga selesai.
2. Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan skripsi ini.
4. Pimpinan dan staf Wisma Mustika 9 Syariah Demak” yang telah banyak memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengadakan penelitian.

5. Bapak dan Ibu tercinta yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materiil sehingga menjadikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Maret 2019

Penulis,

Budi Atmoko Hanung Putro