

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN
MEREK PADA KLINIK KECANTIKAN**

***THE EFFECT OF MARKETING COMMUNICATION AND SERVICE
QUALITY ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST AT BEAUTY
CLINIC***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

Novia Iryanti

20130410348

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN
MEREK PADA KLINIK KECANTIKAN**

***THE EFFECT OF MARKETING COMMUNICATION AND SERVICE
QUALITY ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST AT BEAUTY
CLINIC***



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Tanggal, 5 Mei 2017

Pembimbing,

Dr. Indah Fatmawati.S.E.,M.Si

NIK: 19690816199303143029

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN
DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN
MEREK PADA KLINIK KECANTIKAN**

***THE EFFECT OF MARKETING COMMUNICATION AND SERVICE
QUALITY ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST AT BEAUTY
CLINIC***

Diajukan oleh:

NOVIA IRYANTI
20130410348

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhamadiyah Yogyakarta

Tanggal 26 Mei 2017

Yang terdiri dari:

Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji

Retno Widiowati PA., M.Si., Ph.D.
Anggota Tim Penguji

Gita Danupranata, Drs., MM.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ak., CA.
NIK. 19731218199904 143 068

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Novia Iryanti

Nomor Mahasiswa : 20130410348

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK PADA KLINIK KECANTIKAN”**. Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain kecuali bagian – bagian tertentu saya ambil sebagai acuan dengan mengikuti tata cara dan etika penulisan karya tulis ilmiah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 2017

(Materai, 6.000)

Novia Iryanti

MOTTO

**“Barang siapa bersungguh-sungguh,
sesungguhnya kesungguhannya itu adalah
untuk dirinya sendiri”
(QS Al-Ankabut : 29)**

**“Jangan kehilangan harapan, kita tidak tau
apa yang akan terjadi esok hari”
(Novia I)**

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT yang telah memberikan karunianya. Dengan kerendahan hati, skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Terima kasih atas Bapak dan Ibu atas semua dukungan serta doa-doanya yang senantiasa dipanjatkan demi keberhasilanku, terima kasih atas kasih dan sayang yang telah diberikan kepadaku, tanpa beliau aku bukanlah apa-apa.
2. Terimakasih buat mb ana, mas fadhil, kedua adiku bagus & abyan, dan my twins dek afnindya yang selalu menemani saat mengerjakan skripsi.
3. Terima kasih buat Abang Rico Pangabea yang selalu menemani, memberi semangat serta selalu membantu dalam pengerjaan skripsi, dan semoga kita wisuda bareng di bulan Oktober ya Amiiin.
4. Terima kasih buat saudara-saudaraku, sahabatku “GENK CIDUK” Carissa Dhea, Hanifa, Avrinia yang telah memberikan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Terima kasih buat mbak Ajeng, dan teman-teman seangkatanku Si Mblo Hikmah, Mbak Upiks, Si Mbah Wulan, dan kakak terbaik Aa Jaka, yang selalu membantu berbagi suka dan duka selama kuliah. Terimakasih banyak “tiada hari yang indah tanpa kalian semua”

INTISARI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas merek melalui kepercayaan merek (studi pada pengguna Larissa di Yogyakarta). Metode Penelitian ini yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan Analisa SEM, menggunakan sampel sebanyak 150 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan (1) Komunikasi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (3) Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek (4) kepercayaan merek memediasi efek komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek (5) Kepercayaan merek memediasi efek kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek

Kata kunci : Komunikasi Merek, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek.

ABSTRACT

The purpose of this study to determine the effect of marketing communication and service quality in building brand loyalty through brand trust (study on Larissa users in Yogyakarta). The method of this research is purposive sampling. This study uses SEM analysis, using a sample of 150 respondents. Based on the results of this study showed (1) Marketing Communications have a positive and significant effect on Brand Loyalty (2) Quality of service has a positive and significant impact on Brand Loyalty (3) Brand Trust has a positive and significant impact on Brand Loyalty (4) brand trust mediate the effect of communication influence Positive and significant to brand loyalty (5) Brand trust mediate the effect of service quality has no positive and significant effect on brand loyalty

Keywords: Brand Communication, Service Quality, Brand Trust, Brand Loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan seluruh rasa syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkah limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, Serta yang telah memberikan kemudahan dalam penulisan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak ketinggal pula salam serta shalawat semoga selalu tercurah pada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek Pada Klinik Kecantikan”** ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan berbagai dukungan dari segala pihak, maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Ir Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak_Dr. Rizal Yaya, S.E., M.Sc.,Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Retno Widowati PA, M.Si, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Indah Fatmawati,S.E.,M.Si. dengan penuh kesabaran telah membimbing dan memberikan masukan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
5. Semua pihak yang telah memeberikan motivasi, dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semua bantuan yang diberikan kepada penulis semoga mendapat karunia dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 10 Juli 2017

Novia Iryanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI DAN DEKAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
C. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis.....	16
D. Model penelitian.....	19
BAB III.....	21
METODE PENELITIAN.....	21

A. Subjek dan Objek Penelitian	21
B. Jenis Data	21
C. Teknik Pengambilan Sampel	22
D. Teknik Pengumpulan Data	22
E. Definisi operasional.....	22
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Metode Analisis Data	28
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAAN	37
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	37
B. Uji Kualitas Instumen dan Data.....	40
C. Proses Analisis Data dan Hasil (Uji Hipotesis)	45
D. Pembahasan dan Hasil Penelitian	53
BAB V	56
Simpulan, Keterbatasan Penelitian dan Saran	56
A. Simpulan	57
B. Keterbatasan Penelitian	57
C. Saran.....	57
Daftar Pustaka	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Model Hipotesis	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 4.1 Profil Responden.....	38
Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden... ..	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.6 Hubungan Antar Variabel	45
Tabel 4.7 Standarized Direct dan Indirect Effects	48
Tabel 4.8 Notes For Model	50
Tabel 4.9 Menilai Goodness Of Fit.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Goodnes Of Fit Indeks.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Uji Validitas
- Lampiran III Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran IV Model Awal
- Lampiran V Hasil Uji Normalitas
- Lampiran VI Hasil Uji Mahalanobis
- Lampiran VII Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran VIII Hasil Modifikasi Model