

PENGARUH BRAND CREDIBILITY TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PT. ASTRA HONDA MOTOR DI SURABAYA

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh:

**Nama: Yudih Trisna Salo
NPM: 01120130017**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN
SURABAYA**

2016



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama mahasiswa Yudih Trisna Salo

Nomor Pokok Mahasiswa 01120130017

Jurusan Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya tugas akhir yang saya buat dengan judul **“PENGARUH BRAND CREDIBILITY TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PT. ASTRA HONDA MOTOR DI SURABAYA”** adalah:

- 1 Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3 Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 26 Juli 2016

Yang membuat pernyataan,


(Yudih Trisna Salo)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR
PENGARUH BRAND CREDIBILITY TERHADAP WORD OF
MOUTH MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA PT. ASTRA HONDA MOTOR
DI SURABAYA**

Oleh

Nama : Yudih Trisna Salo

NPM : 01120130017

Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 26 Juli 2016

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Oliandes Sondakh, S.E., M.M

Co-Pembimbing/Supervisor

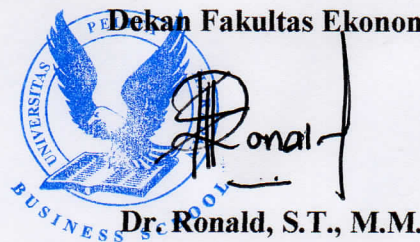
Hananiel Gunawan, BA, MBA

Ketua Jurusan Manajemen



Amelia, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ronald, S.T., M.M.



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

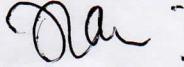

Pada 13 September 2016 telah dilenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

Nama : Yudih Trisna Salo

NPM : 01120130017

Jurusan : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "PENGARUH BRAND CREDIBILITY TERHADAP WORD OF MOUTH MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PT ASTRA HONDA MOTOR DI SURABAYA" oleh tim Penguji yang terdiri dari

Dewan Penguji:	Status	Tanda Tangan
Oliandes Sondakh, S.E., M.M	, sebagai Ketua	
Yanuar Dananjaya, B.Sc, M.M	, sebagai Penguji 1	
Amelia, S.E., M.M.	, sebagai penguji 2	

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang maha kuasa, karena berkatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Credibility terhadap Word of Mouth melalui Customer Satisfaction dan Customer Loyalty. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan agar dapat mengikuti Sidang Sarjana Strata-1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya. Penulis banyak mendapatkan pengarahan, bimbingan dan bantuan mulai dari saat mempersiapkan, menyusun hingga dapat menyelesaikan skripsi. Dalam kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang menjadi panutan serta landasan untuk menimba ilmu, mengajarkan untuk percaya terhadap diri sendiri serta berharap hanya padaNya.
2. Bapak Dr. Ronald S., S.T., M.M, selaku dekan fakultas ekonomi di Universitas Pelita harapan Surabaya yang sudah mengajarkan saya berbagai hal dengan sabarnya selama proses perkuliahan.
3. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku ketua jurusan manajemen di Universitas Pelita Harapan serta sebagai penguji kedua yang sudah sangat sabar mengajari saya selama proses perkuliahan berlangsung dan banyak memberikan masukan berharga.
4. Oliandes Sondakh, selaku Dosen pembimbing 1, yang dengan sabarnya membimbing dari awal hingga selesainya skripsi, dan juga telah mengajarkan berbagai hal selama proses perkuliahan.
5. Hananiel M. Gunawan, selaku Dosen pembimbing 2 yang juga ikut membantu membimbing dalam penyelesaian skripsi, dan juga telah mengajarkan saya berbagai pelajaran selama perkuliahan.
6. Bapak Yanuar Dananjaya, selaku dosen penguji satu yang banyak memberikan masukan yang membangun.
7. Kedua orang tua tercinta, Frans Salo dan Dina Ramba, saudara-saudara saya, Eki, Leri dan Oni yang sudah banyak memberikan support, doa selama proses perkuliahan.

8. Teman-teman seperjuangan saya, baik yang lulus bersamaan, maupun yang masih sementara berjuang, Lucky, Otniel, Erren, Victor, Ivan dan Sam yang saling memberikan masukan yang membangun.
9. Teman-teman kost DM 36 dan kost Siwalankerto AA5 yang sudah banyak membantu selama proses perkuliahan.
10. Teman-teman Genorus dan PPGT Surabaya tanpa terkecuali yang sudah mau menjadi keluarga di Surabaya yang membimbing dan menasehati untuk berkonsultasi selama proses perkuliahan.
11. Teman-teman Monosoc tanpa terkecuali, yang sudah memberikan support dan doa selama proses perkuliahan hingga dibuatnya penelitian ini.
12. Shania Junianatha JKT48 yang telah memberikan support dalam penyelesaian penelitian ini.
13. Serta pihak-pihak lainnya yang tidak sempat ditulis satu persatu namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Hanya doa kepada Tuhan Yesus yang dapat penulis lakukan untuk membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara semuanya. Akhir kata, semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran akan sangat berguna untuk penelitian ini.

Surabaya, 10 Agustus 2016

Yudih Trisna Salo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERTUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Word of Mouth	10
2.2. Customer Loyalty.....	13
2.3. Customer Satisfaction.....	15
2.4. Brand Credibility.....	16
2.5. Penelitian Terdahulu.....	18
2.6. Pengembangan Hipotesis	21
2.6.1. Pengaruh Brand Credibility terhadap Customer Satisfaction.....	21
2.6.2. Pengaruh Brand Credibility terhadap Customer Loyalty.....	21

2.6.3. Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Word of Mouth.....	22
2.6.4. Pengaruh Customer Loyalty terhadap Word of Mouth.....	22
2.7. Model Penelitian.....	23
2.8. Bagan Alur Berpikir.....	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1. Populasi.....	26
3.2.2. Sampel.....	27
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4. Definisi Operasional & Pengukuran Variabel.....	28
3.4.1. Definisi Operasional.....	28
3.4.2. Pengukuran Variabel.....	30
3.5. Metode Analisis Data.....	29

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Astra Honda Motor.....	37
4.2 Analisis Data.....	39
4.2.1.1 Analisis Statistik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.2.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.1.3 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
4.2.1.4 Analisis Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
4.2.2 Statistik Deskriptif.....	41
4.2.2.1 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Credibility</i>	42
4.2.2.2 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden	

terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	45
4.2.2.3 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Loyalty</i>	46
4.2.2.4 Analisis Statistik Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i>	48
4.2.3 Hasil Pengujian Kualitas Data.....	49
4.2.3.1 Uji Validitas.....	49
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	50
4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	50
4.2.3.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Heterokedastisitas.....	52
4.2.3.5 Uji Asumsi Klasik Regresi Linearitas.....	54
4.2.3.6 Uji Asumsi Klasik Regresi Multikolinearitas.....	54
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	55
4.2.4.1 Pengaruh <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
4.2.4.2 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Brand Credibility</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	56
4.2.4.3 Analisis Regresi Berganda Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Word of Mouth</i>	57
4.4 Pembahasan.....	59
4.4.1 Brand Credibility.....	59
4.4.2 Customer Satisfaction.....	60
4.4.3 Customer Loyalty.....	61
4.4.4 Word of Mouth.....	62
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Implikasi.....	71
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	71
5.2.2 Implikasi Praktis.....	72
5.3 Rekomendasi.....	80
5.3.1 PT. Astra Honda Motor.....	80
5.3.2 Penelitian Selanjutnya.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Likert Scale Point.....	28
Tabel 3.2. Operaasional Variabel.....	29
Tabel 3.3. Rules of Thumb Koefisien Korelasi.....	34
Tabel 4.1 Deskripsi <i>Mean Rating Index</i>	39
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Brand Credibility</i>	40
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Pernyataan Variabel <i>Word of Mouth</i>	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi Normalitas.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.12 Regresi Berganda <i>Brand Credibility (BC)</i> terhadap <i>Customer Satisfaction (CS)</i>	51
Tabel 4.13 Regresi Berganda <i>Brand Credibility (BC)</i> terhadap <i>Customer Loyalty (CL)</i>	53
Tabel 4.14 Regresi Berganda <i>Customer Satisfaction (CS)</i> , dan <i>Customer Loyalty (CL)</i> terhadap <i>Word of Mouth (WOM)</i>	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tampilan Pabrik PT. AHM (Bagian 1).....	5
Gambar 1.2. Tampilan Pabrik PT. AHM (Bagian 2).....	5
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Logo Honda – PT. Astra Honda Motor.....	38
Gambar 4.2 Diagram Analisis Statistik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Gambar 4.3 Diagram Analisis Statistik Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	40
Gambar 4.4 Diagram Analisis Statistik Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Gambar 4.5 Diagram Analisis Statistik Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Gambar 4.6 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas BC*CS.....	51
Gambar 4.7 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas BC*CL.....	51
Gambar 4.8 <i>ScatterPlot</i> Uji Normalitas CS,CL*WOM.....	52
Gambar 4.9 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas BC*CS.....	53
Gambar 4.10 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas BC*CL.....	53
Gambar 4.11 <i>ScatterPlot</i> Uji Heterokedastisitas CS, CL *WOM.....	54
Gambar 4.12 <i>Brand Credibility</i> PT. Astra Honda Motor Indonesia.....	66
Gambar 4.13 <i>Customer Satisfaction</i> PT. Astra Honda Motor Indonesia.....	69
Gambar 4.14 <i>Customer Loyalty</i> PT. Astra Honda Motor Indonesia.....	71
Gambar 4.15 <i>Word of mouth</i> PT. Astra Honda Motor Indonesia.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: KUESIONER.....	A-1
Lampiran B: TABULASI DATA KUESIONER.....	B-1
Lampiran C: ANALISIS KUALITAS DATA.....	C-1
Lampiran D: UJI MODEL PENELITIAN.....	D-1