

**PENGARUH *EMPLOYEE BEHAVIOUR* DAN *TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
HANANA EVENT ORGANIZER DI SURABAYA**

Skripsi S-1



OLEH:
IWAN HANJAYA
3103013002

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

**PENGARUH *EMPLOYEE BEHAVIOUR* DAN *TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
HANANA EVENT ORGANIZER DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

**OLEH:
IWAN HANJAYA
3103013002**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *EMPLOYEE BEHAVIOUR* DAN *TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
HANANA EVENT ORGANIZER DI SURABAYA**

OLEH:

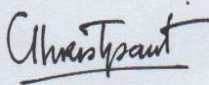
IWAN HANJAYA

3103013002

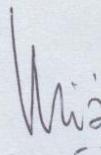
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
NIK. 311.89.0163
Tanggal:

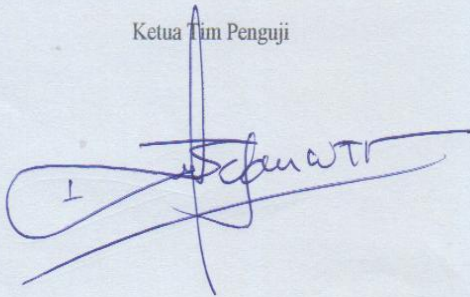


Maria Mia Kristanti, SE.,MM
NIK. 311.98.0359
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Iwan Hanjaya NRP 3103013002 Telah diuji pada tanggal 21. July 2017 dan dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



Dr. A. Y. Yan Wellyan T. P, SE., M.Si.

NIK : 311.97.0285

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK.321.99.0370



Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc.

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Iwan Hanjaya

NRP : 3103013002

Judul Skripsi :

PENGARUH *EMPLOYEE BEHAVIOUR* DAN *TRUST* TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
HANANA *EVENT ORGANIZER* DI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library*) perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Juni 2017

Yang menyatakan,



(Iwan Hanjaya)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas karunia dan rahmat-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Employee Behaviour* dan *Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada *Hanana Event Organizer* Di Surabaya” untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Adapun dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE.,MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen, Khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristianti, SE., MM, dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM yang

telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini

5. Kedua orang tua saya yang telah membesarkan saya dengan penuh cinta dan kasih sayang, sehingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik dan menjadi seseorang yang berguna bagi keluarga dan sesama.
6. Kedua saudara saya yang terus memberikan semangat dan dukungan selama studi saya sehingga karya ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
7. Seluruh keluarga besar saya yang terus mengingatkan saya untuk menyelesaikan studi dan memberi dukungan.
8. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa Konsentrasi Pemasaran dan teman seperjuangan Cindy Pricilia, Patricia Verina, teman-teman second family seluruh teman angkatan 2013 yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian karya ini.
9. Teman-teman dari WOLFPACK: Tri Wahyu, Stefanus Christianto, Kristanto Kurniawan, Indra Syukur, Angela Clara Tania, Feliana Halim, Fernando Jonathan, Christoper Kurniawan yang telah memberikan semangat dan dukungan selama pengerjaan karya ini.
10. Teman-teman EMPTY ROOM: Monica Kurniawan, Melisa, Belinda Alicia, Emilia Gunawan, Steven Gunawan, Oscar Eltanto, Henson yang telah memberikan dukungan.
11. Teman-teman HANANA EVENT ORGANIZER yang telah memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kelemahan ataupun kekurangan, mengingat keterbatasan pengetahuan, waktu, tenaga dan keterbatasan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini semakin baik lagi kedepannya. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2017

Penulis,

Iwan Hanjaya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1. <i>Internal Marketing</i>	10
2.2.2. <i>Employee Behavior</i>	10
2.2.3. <i>Trust</i>	13
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.2.5. <i>Brand Loyalty</i>	20

2.3 Hubungan antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh <i>Employee Behavior</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	24
2.3.4 Pengaruh <i>Employee Behavior</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.5 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.4 Model Penelitian	26
2.5 Hipotesis	27
BAB 3 METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Identifikasi Variabel.....	28
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4 Pengukuran Variabel.....	33
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.6 Alat Dan Metode Pengumpulan Data	34
3.7 Populasi Dan Sampel	34
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1. Uji Normalitas Data.....	36
3.8.2. Uji Validitas.....	36
3.8.3. Uji Reliabilitas	37
3.8.4. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	38
3.8.5. Uji Hipotesis.....	44
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Karakteristik Responden	45

4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.2.1. Statistik Deskriptif Variabel <i>Employee Behavior</i>	47
4.2.2. Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	48
4.2.3. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	49
4.2.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	50
4.3 Uji Asumsi SEM	51
4.3.1. Uji Normalitas	51
4.3.2. Uji Validitas.....	52
4.3.3. Uji Reliabilitas	53
4.4 Uji Kecocokan Model Struktural	54
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	56
4.6 Uji Hipotesis	56
4.7 Pembahasan	58
4.7.1 Pengaruh <i>Employee Behavior</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada <i>Hanana Event Organizer</i> Di Surabaya	58
4.7.2 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada <i>Hanana</i> <i>Event Organizer</i> Di Surabaya.....	59
4.7.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> pada <i>Hanana Event Organizer</i> Di Surabaya.....	61
4.7.4 Pengaruh <i>Employee Behavior</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> pada <i>Hanana Event Organizer</i> Di Surabaya	62
4.7.5 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> pada <i>Hanana Event Organizer</i> Di Surabaya.....	63
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Simpulan	65
5.2 Saran	65
5.2.1. Saran Akademis.....	65

5.2.1. Saran Praktis	66
----------------------------	----

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

<u>Tabel 1.1 Acara yang Pernah dibuat oleh Hanana <i>Event Organizer</i> di Surabaya pada 2016 dan 2017</u>	<u>5</u>
<u>Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang</u>	<u>9</u>
<u>Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....</u>	<u>45</u>
<u>Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Penggunaan.....</u>	<u>45</u>
<u>Tabel 4.3 Interval Rata-Rata Skor</u>	<u>46</u>
<u>Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Employee Behavior</i></u>	<u>47</u>
<u>Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i></u>	<u>48</u>
<u>Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i></u>	<u>49</u>
<u>Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>.....</u>	<u>50</u>
<u>Tabel 4.8 <i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i>.....</u>	<u>51</u>
<u>Tabel 4.9 <i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i></u>	<u>52</u>
<u>Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas</u>	<u>53</u>
<u>Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....</u>	<u>54</u>
<u>Tabel 4.12 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>.....</u>	<u>56</u>
<u>Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis</u>	<u>57</u>

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Hasil Kuesioner
- Lampiran 4. Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Statistik Deskriptif
- Lampiran 6. Uji Validitas
- Lampiran 7. Uji Reliabilitas
- Lampiran 8. Uji Normalitas
- Lampiran 9. Uji SEM (*Structural Equation Modeling*)
- Lampiran 10. Gambar *Estimates*
- Lampiran 11. Gambar *Standardized Solution*
- Lampiran 12. Gambar *T-Values*

Pengaruh *Employee Behavior* dan *Trust* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Hanana Event Organizer di Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh *employee behavior* dan *trust* terhadap *brand loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Hanana Event Organizer di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL. Penelitian ini mengambil 150 responden sebagai sampelnya yang dalam 1 bulan terakhir pernah menggunakan jasa Hanana Event Organizer di Surabaya, pendidikan terakhir minimal SLTA/Kejuruan, pekerjaan minimal sebagai pelajar/mahasiswa, berusia minimal 17 tahun dan berjenis kelamin laki-laki atau perempuan

Hasil dari penelitian ini adalah terbukti bahwa *employee behavior* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Hanana Event Organizer di Surabaya.

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai *employee behavior*, *trust*, *brand loyalty* dan *customer satisfaction* dapat menambahkan variabel-variabel lain. Hanana Event Organizer harus menjaga *employee behavior* dan *trust* mereka agar menimbulkan *customer satisfaction* yang baik, sehingga *brand loyalty* dapat terbentuk.

Kata Kunci: *Employee Behavior; Trust; Brand Loyalty; Customer Satisfaction.*

The Effect of Employee Behavior and Trust to Brand Loyalty through Customer Satisfaction in Hanana Event Organizer Surabaya

ABSTRACT

This research is developed to discover and describe the effect of employee behavior and trust to brand loyalty through customer satisfaction at Hanana Event Organizer in Surabaya. In this research, author uses Structural Equation Modeling (SEM) as data analysis technique and LISREL program. There are 150 respondents as a sample who ever user service in at least once at Hanana Event Organizer in Surabaya in the last month, last education at least Senior High School, occupation at least as student or university student and respondents should be at least 17 years old either man or woman.

The conclusion is that it is proven that employee behavior and trust have positive impact that significant to brand loyalty through customer satisfaction for Hanana Event Organizer in Surabaya.

For the next researchers who want to conduct research on employee behavior, trust, customer satisfaction and brand loyalty can add other variables. Hanana Event Organizer must maintain their employee behavior and trust in order to create a good customer satisfaction, so that brand loyalty can be formed.

Keywords: Employee Behavior; Trust; Brand Loyalty; Customer Satisfaction