

PENGARUH *WORD OF MOUTH* PADA *BRAND LOYALTY* MELALUI
BRAND TRUST DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP MASKAPAI PENERBANGAN
LOW COST CARRIER



Oleh :
Martinus Shon Harisky 3103007270

FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
MELALUI *BRAND TRUST* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP MASKAPAI PENERBANGAN *LOW COST CARRIER*

Oleh :

Martinus Shon Harisky

3103007270

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penilai

PEMBIMBING



Dr. C. Erna Susilawati

Tanggal : 20 Mei 2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Martinus Shon Harisky NRP : 3103007270
Telah diuji pada tanggal 21 Mei 2013 dan dinyatakan lulus oleh tim
penguji.

Ketua Tim Penguji



Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (FIN)
NIK: 311.99.0362

Mengetahui



Dr. Ludovikus Lasdi, MM.
NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (FIN)
NIK: 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MARTINUS SHON HARISKY

NRP : 3103007270

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *WORD OF MOUTH* PADA
BRAND LOYALTY MELALUI *BRAND*
TRUST DAN *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP MASKAPAI PENERBANGAN
LOW COST CARRIER

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta.

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

Surabaya, 28 Mei 2013

Yang menyatakan,



(MARTINUS SHON HARISKY)

KATA PENGANTAR

Pertama kalinya, penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan YME, atas semua Rakhmat dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penyusunan penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Selain itu, melalui penelitian ini juga diharapkan banyak memberikan masukan kepada semua pihak berkaitan dengan peningkatan profesionalisme manajemen sumberdaya manusia.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis selama ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Lodovious Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Com (FIN) selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr. C. Erna Susilawati selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan penelitian ini dengan baik
4. Ibu Maria Mia. K, SE., M.Si selaku pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini
5. Papa, Mama, dan kerabat keluarga tercinta yang telah banyak memberikan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
7. Keseluruhan responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas semua bantuan yang telah diberikan, disampaikan banyak terima kasih.

Demikian, semoga penyusunan skripsi ini memberikan banyak manfaat kepada berbagai pihak, terima kasih.

Surabaya, April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Word of mouth</i> (WOM)	9
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.2.3. <i>Brand trust</i>	17
2.2.4. Loyalitas Merek.....	20
2.2.5. Hubungan Antar Variabel	22
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis Penelitian	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Variabel Penelitian	25

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	27
3.5. Pengukuran Data	27
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	27
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.8. Teknik Analisis Data	28
3.9. Pengujian Model.....	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Karakteristik Responden Penelitian	32
4.2. Pengujian Data Penelitian	36
4.2.1. Pengujian Outlier.....	37
4.2.2. Uji Normalitas Data.....	38
4.2.3. Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	39
4.3. Statistik Deskriptif.....	41
4.4. Evaluasi Model Penelitian	43
4.4.1. Measurement dan Structural Model	43
4.4.2. Pengujian Model Fit	46
4.5. Pengujian Hipotesis	46
4.7. Pembahasan	49
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	52
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	53
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian	23
Gambar 4.1. Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Pilihan Penerbangan LCC	32
Gambar 4.1. Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 4.1. Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Usia	34
Gambar 4.1. Diagram Pie Distribusi Responden Berdasarkan Status	35
Gambar 4.5. Output Estimate Structural Equation Model	44
Gambar 4.6. Output t value Structural Equation Model	47

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tingkat <i>on Time Performance</i> (OTP) Maskapai Penerbangan Tahun 2012	3
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini	8
Tabel 4.1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan Penerbangan LCC	32
Tabel 4.2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status	35
Tabel 4.5. Tabulasi Silang Pilihan Penerbangan LCC Berdasarkan Karakteristik Responden	36
Tabel 4.6. <i>Outlier</i> Data Penelitian	37
Tabel 4.7. Multivariate Normalitas Data	38
Tabel 4.8. Uji Normalitas Data	38
Tabel 4.9. Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	39
Tabel 4.10. Reliabilitas Kuesioner.....	40
Tabel 4.11. Mean dan Deviasi Standar Variabel WOM	41
Tabel 4.12. Mean dan Deviasi Standar Variabel <i>Customer satisfaction</i>	42
Tabel 4.13. Mean dan Deviasi Standar Variabel <i>Brand Trust</i>	42
Tabel 4.14. Mean dan Deviasi Standar Variabel <i>Brand Loyalty</i>	43
Tabel 4.15. Penilaian Model <i>fit</i>	46
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis Penelitian	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Profil Responden
- Lampiran 3. Uji Outlier
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Output SEM
- Lampiran 6. Data Kuesioner Penelitian

ABSTRAKSI

Maskapai penerbangan low cost carrier adalah maskapai penerbangan yang dinilai kontroversial karena dengan harga rendah namun frekuensi mengalami kecelakaan lebih tinggi dibandingkan pesawat regular. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh WOM terhadap *customer satisfaction* dan *brand trust*, menjelaskan pengaruh *customer satisfaction* dan brand trust terhadap *brand loyalty*.

Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 150 sampel dan terdapat dua sampel mengalami outlier sehingga jumlah sampel selanjutnya 148 sampel. Teknik analisa data menggunakan analisa structural equation model. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa WOM memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction* dan *brand trust*. *Customer satisfaction* dan brand trust memiliki pengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. *Customer satisfaction* dan *brand trust* dinilai mampu memediasi pengaruh WOM terhadap loyalitas.

Kata kunci: WOM, *Customer Satisfaction*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*, Low cost carrier

ABSTRACT

The low cost carrier is the controversial airlines because the airlines applied lower price but the airlines incident higher than regular airlines. The purpose of this research is to identify the influence of WOM towards *customer satisfaction* and *brand trust*, to identify the influences of *customer satisfaction* and brand trust towards *brand loyalty*.

The number of samples are 150 samples, but there are two sample with outlier, so the samples is used 148 samples. The data analysis technique is structural equation model. The research showing that WOM have impact towards *customer satisfaction* and *brand trust*, *customer satisfaction* and brand trust have impact towards *brand loyalty*. *Customer satisfaction* and *brand trust* able to mediate the influences WOM towards *brand loyalty*.

Keywords: WOM, *Customer Satisfaction*, *Brand Trust*, *Brand Loyalty*, Low cost carrier