

SKRIPSI

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP *BRAND TRUST* STUDI PADA
PRODUK KYT *HELMET* DI ISTANA HELM GRESIK**



Diajukan oleh:

USWATUN HASANAH
NIM 2019020059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
2024**

SKRIPSI

PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND TRUST* STUDI PADA PRODUK KYT *HELMET* DI ISTANA HELM GRESIK

Disusun Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

(SM)

Pada Fakultas Ekonomi Universitas Gresik



**Diajukan oleh:
USWATUN HASANAH
NIM 2019020059**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND TRUST
STUDI PADA PRODUK KYT HELMET DI ISTANA HELM
GRESIK
SKRIPSI

Dibuatkan oleh

ESWATUN HASANAH
NIM. 2019020059

Skripsi telah disetujui untuk diajukan Pada
Tanggal 12 Januari 2024
Oleh

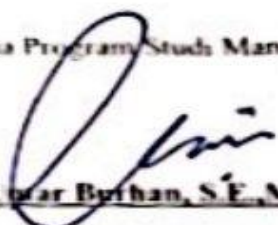
Pembimbing I


(Umar Burhan, S.E., M.M.)
NIDN 0718058006

Pembimbing II


(Dr. Suharto, M.M.)
NIDN 8907170023

Ketua Program Studi Manajemen


(Umar Burhan, S.E., M.M.)
NIDN 0718058006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND TRUST
STUDI PADA PRODUK KYT HELMET DI ISTANA HELM
GRESIK
SKRIPSI

Diyajukan oleh
USWATUN HASANAH
NIM. 2019020059

Skripsi telah disetujui untuk diujikan Pada
Tanggal 12 Januari 2024
Oleh

1. **Rahmad Ilham, S. Ant, M., PSDM., Hc**

NIDN. 0723079203

Ketua

1. 

2. **Dr. Suharto, MM**

NIDN. 8907170023


Anggota I

2. 

3. **Umar Burhan, S.E., M.M.**

NIDN. 0718058006

Anggota II

3. 

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


(Umar Burhan, S.E., M.M.)

NIDN 0718058006

SURAT PERNYATAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Uswatun Hasanah
Nim : 2019020059
Fakultas : Ekonomi
Program : S1 (Sarjana)
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

PENGARUH WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, DAN CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP BRAND TRUST STUDI PADA PRODUK KYT HELMET DI ISTANA HELM GRESIK

Adalah hasil karya saya sendeiri dan bukan "DUPLIKASI" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak pernah ada dan terdapat karya ilmiah yang pernah dilakukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik dari suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini yang disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat un sur unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya proleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksakan dan tekanan dari pihak manapun.

Gresik, 30 Juni 2024

nyatakan
Hasanah





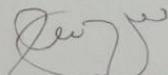
SURAT KETERANGAN
CEK PLAGIASI SKRIPSI

Pada hari ini Rabu, tanggal 17 Juli 2024 Berdasarkan pengecekan skripsi dari mahasiswa:

Nama : Uswatun Hasanah
NIM : 2019020059
Program Studi : Ekonomi
Fakultas : Manajemen
Judul : Pengaruh Word Of Mouth, Perceived Quality dan Customer Experience
Terhadap Brand Trust Studi pada KYT HELMET ISTANA GRESIK HELM
Hasil cek plagiasi : 25%

Maka diputuskan bahwa dokumen skripsi mahasiswa bersangkutan dinyatakan Lolos/ Tidak Lolos*.

Gresik, 17 Juli 2024
Penulis,


Uswatun Hasanah
2019020059

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*, *PERCEIVED QUALITY*, DAN
CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP *BRAND TRUST* STUDI PADA
PRODUK KYT *HELMET* DI ISTANA HELM GRESIK**

ABSTRAK

Uswatun Hasanah

Manajemen Study Program, Faculty of Economics,
Gresik University

Semakin meningkatnya Setiap produk akan mudah dikenal oleh konsumen masyarakat dengan adanya nama dan logo yang mengidentifikasin produk tersebut dimiliki oleh suatu merek serta untuk menghadapi persaingan yang semakin kompetitif sehingga kondisi tersebut mendorong perusahaan harus berupaya keras agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha, terutama kinerja pemasaran dan stabilitas penjualan. Rumusan masalah yang di ajukan dalam penelitian ini apakah *Word of Mouth*, *Perceived Quality* dan *Brand Trust* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap *Brand Trust Studi Pada* Produk KYT *Helmet* di ISTANA HELEM GRESIK. Dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Word of Mout*, *Perceived Quality* dan *Brand Trust* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap *Brand Trust Studi Pada* Produk KYT *Helmet* di ISTANA HELEM GRESIK yang berjumlah 80 responden. Dengan metode pengambilan data sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*. Adalah teknik penentuan sampel secara kebetulan. Dengan metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket), dokumentasi. Dan metode pengimpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), dengan analisis deskriptif presentase, uji asumsi klasik, analisi regresi berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS . Hasil dari penelitian ini variabel *Brand Trust* secara simultan berpengaruh terhadap *Brand Trust Studi Pada* Produk KYT *Helmet* di ISTANA HELEM GRESIK. Hal ini dibuktikan dari nilai $F_{hitung} () > F_{tabel} ()$ dan tingkat t 0,000 lebih kecil dari pada $\alpha = 0,05$

Kata Kunci : *Word of Mouth*, *Perceived Quality*, *Customer Experience*, *Brand Trust*

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PERCEIVED QUALITY, AND
CUSTOMER EXPERIENCE ON BRAND TRUST STUDY ON KYT HELMET
PRODUCTS AT ISTANA HELM GRESIK**

ABSTRACT

Uswatun Hasanah

Management Study Program, Faculty of
Economics, Gresik University

Increasingly, every product will be easily recognized by public consumers with a name and logo that identifies the product as being owned by a brand and to face increasingly competitive competition, so these conditions encourage companies to try hard to maintain business continuity, especially marketing performance and sales stability. The formulation of the problem proposed in this research is whether Word of Mouth, Perceived Quality and Brand Trust partially and simultaneously influence Brand Trust in the Study of KYT Helmet Products ISTANA HELEM GRESIK. The aim of this research is to determine the influence of Word of Mout, Perceived Quality and Brand Trust partially and simultaneously on Brand Trust. Study of KYT Helmet Products at ISTANA HELEM GRESIK, totaling 80 respondents. The sample data collection method was carried out using a non-probability sampling method. Is a technique for determining samples by chance. The data collection method used in this research is a questionnaire, documentation. And the data collection method used in this research is instrument testing (validity test and reliability test), with descriptive percentage analysis, classical assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing, and coefficient of determination using SPSS. The results of this research are that the Brand Trust variable simultaneously influences the Brand Trust of the Study on KYT Helmet Products at PALACE HELM GRESIK. This is proven by the value of $F_{count} () > F_{table} ()$ and the t level of 0.000 is smaller than $\alpha = 0.05$

**Kata Kunci : Word of Mouth, Perceived Quality, Customer Experience,
Brand Trust**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, berkat rahmad dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Word Of Mouth, Perceived Quality, dan Customer Experience Terhadap Brand Trust* Studi Pada *KYT HELMET ISTANA HELM GRESIK*”**

Pada kesempatan ini peneliti ingin mwnyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Diantaranya kepada :

1. dr. Riski Prameswari, M.Kes. Selaku Rektor Unuversitas Gresik.
2. Umar Burhan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. A.n Umar Burhan , S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik dan selaku Dosen Pembimbing 1.
4. Dr, Suharto selaku dosen pembimbing II di Unversitas Gresik, yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penyusunan skripsi inui dapat terselesaikan dengan baik dan tepat.
5. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh staff pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Gresikyang telah memberikan serta mengajarkan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tuaku, ayah Usman dan Ibu Nazurah serta saudaraku yang telah memotivasi peneliti dalam meraih gelar sarjana, terimakasih atas segala pengorbanan dan ketulusan yang mana beliau tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan.

7. Sahabat-sahabat kelas manajemen dan rekan kerja di PT. GRAHA MAKMUR CIPTA PRATAMA yang selalu mendukung dan kerjasama dalam penulisan skripsi ini
8. Kepada manajemen ISTANA HELEM GRESIK yang telah memberikan izin dan sumbangsih saran dalam melaksanakan penelitian.
9. Kepada Nurul Hidayati selaku pembimbing penulis diluar Universitas .
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan informasi data, doa dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, pengetahuan, pengalaman dan lainnya. Maka peneliti menerima saran dan kritik yang dapat membangun skripsi ini lebih baik dan bermanfaat.

Gresik, 12 juli 2024

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| PERNYATAAN ORISINILITAS..... | iv |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | v |
| SURAT KETERANGAN CEK PLAGIASI..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABTRAK..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 6 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Masalah Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Batasan Penelitian..... | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 9 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Menejemen Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 Variabel Wom..... | 10 |
| 2.1.3 Variabel Perceived Quality..... | 10 |
| 2.1.4 Variabel Customer Experience..... | 12 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 14 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 21 |
| | |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 24 |
| 3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian..... | 23 |
| 3.2 Devinisi Operasional Variabel..... | 23 |
| 3.3 Indikator Variabel Penelitian..... | 25 |
| 3.4 Pupulasi Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 28 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data..... | 28 |
| 3.6 Metode Analisis Data..... | 29 |
| | |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 38 |
| 4.1 Gambaran Obyek Penelitian..... | 38 |
| 4.2 Waktu Penelitian..... | 38 |
| 4.3 Hasil Penelitian..... | 38 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3.1 Karakteristik Responden..... | 38 |
| 4.3.2 Statistik Dekriptif..... | 42 |
| 4.3.3 Deskriptif Variabel..... | 38 |
| | |
| 4.3.4 Uji Validasi..... | 49 |
| 4.3.5 Uji Releabilitas..... | 49 |
| 4.3.6 Analisis Korelasi..... | 49 |
| 4.3.7 Uji Asumsi Klasik..... | 52 |
| 4.3.8 Uji Hipotesis..... | 61 |
| 4.3.9 Analisis Determinasi..... | 66 |
| | |
| BAB V PENUTUP..... | 69 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 Saran..... | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 2.1 Kerangka konseptual..... | 21 |
| 4.1 Gambar Grafik Responden..... | 40 |
| 4.2 Gambar Grafik Responden Pekerjaan..... | 42 |
| 4.3 Gambar Grafik Histogram..... | 54 |
| 4.4 Gambaran uji Heteroskedastisitas..... | 55 |
| 4.5 GambarAutokorelasi..... | 56 |
| 4.6 Gambar Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H ₀ Uji- t..... | 63 |
| 4.7 Gambar Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H ₀ Uji - t..... | 64 |
| 4.8 Gambar Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H ₀ Uji - t..... | 64 |
| 4.9 Gambar Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H ₀ Uji - f..... | 65 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|-----------|
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 13 |
| 3.1 Indikator Variabel Penelitian..... | 25 |
| 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 40 |
| 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 41 |
| 4.3 Statistik Deskriptif..... | 43 |
| 4.4 Deskriptif Variabel WOM..... | 44 |
| 4.5 Deskriptif Variabel Perceived Quality..... | 45 |
| 4.6 Deskriptif Variabel Desain Produk..... | 46 |
| 4.7 Deskriptif Variabel Brand Trust..... | 48 |
| 4.8 Hasil Pengajuan Validitas..... | 48 |
| 4.9 Hasil Pengujian Releabilitas..... | 49 |
| 4.10 Interpretasi koefisian korelasi nilai r..... | 50 |
| 4.11 Hasil Uji Analisi Korelasi..... | 51 |
| 4.12 Hasil Uji Kolomogrov - Smirnov..... | 53 |
| 4.13 Uji Autokorelasi (DW)..... | 56 |
| 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 57 |
| 4.15 Uji Linieritas X1 | 58 |
| 4.16 Uji Linieritas X2..... | 59 |
| 4.17 Uji Linieritas X3..... | 60 |
| 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 61 |
| 4.19 Uji Hipotesis..... | 62 |
| 4.20 Uji F..... | 65 |
| 4.21 Analisis Determinasi..... | 66 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Kuesioner**
- Lampiran 2 : Tabulasi Data**
- Lampiran 3 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**
- Lampiran 4 : Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana**
- Lampiran 5 : Tabel Durbin- Watson (DW)**
- Lampiran 6 : Tabel t**
- Lampiran 7 : Tabel F**
- Lampiran 8 : Surat Permohonan Ijin Penelitian**
- Lampiran 9 : Surat Balasan Permohonan Perijinan Penelitian**
- Lampiran 10 : Transkrip Dokumentasi Foto Penelitian**