

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK (*BRAND TRUST*) TERHADAP
LOYALITAS MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH
ANGGIA HEFI PRATIWI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
BANJARMASIN
2024 M/1445 H**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK (*BRAND TRUST*) TERHADAP
LOYALITAS MAHASISWA UIN ANTASARI BANJARMASIN**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan

Oleh

**Anggia Hefi Pratiwi
NIM. 200101050576**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
BANJARMASIN
TAHUN 2024 M/1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggia Hefi Pratiwi

NIM : 200101050576

Tempat/Tanggal Lahir: Landasan Ulin, 29 Agustus 2001

Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin” adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 20 Januari 2024
Yang membuat pernyataan,


Anggia Hefi Pratiwi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin 70235
Telepon (0511) 3258137
Email: mpi@uin-antasari.ac.id

SURAT BUKTI BEBAS PLAGIASI
Nomor : 131/Un.14/III.1.86321/PP.00.9/04/2024

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama : Anggia Hefi Pratiwi
NIM : 200101050576
Program : S-1
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam

Judul Skripsi:

PENGARUH BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA
UIN ANTASARI BANJARMASIN

Hasil Uji Plagiasi : 24%

Berdasarkan hasil uji plagiasi dengan menggunakan www.turnitin.com bahwa naskah skripsi ini dinyatakan memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 30 April 2024



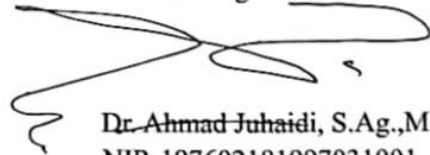
Drs. H. Muhammad Yuseran, M.Pd.
NIP. 196902211994031001

PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Brand Trust* terhadap Loyalitas Mahasiswa
UIN Antasari Banjarmasin
Ditulis oleh : Anggia Hefi Pratiwi
NIM : 200101050576
Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
Program : Strata Satu (S1)
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam
Tahun Akademik : 2024M/1445H
Tempat dan tanggal lahir : Landasan Ulin, 29 Agustus 2001
Alamat : Jl. Purnawirawan RT. 019 RW. 003 Kel. Guntung
Manggis Kec. Landasan Ulin Kota Banjarbaru

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan didapan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 04 Maret 2024
Pembimbing



Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 197602181997031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Antasari Banjarmasin



Ahmad Yuseran, M.Pd.
NIP. 19721102211994031001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: Pengaruh Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin,

Nama Anggia Hefi Pratiwi NIM. 200101050576 telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 03 Juli 2024
Nilai : 92,5 (A+)



Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
UIN Antasari Banjarmasin,

Dr. H. Hamdan, M.Pd
NIP. 196604051993031005

TIM PENGUJI:

No.	Nama	Tanda Tangan
1	Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag., M.Pd.I. (Ketua)	1.
2	Dr. Dina Hermina, M.Pd. (Anggota)	2.
3	Dr. Adi Ansari, M.Pd. (Anggota)	3.

ABSTRAK

Anggia Hefi Pratiwi. 200101050576. Pengaruh Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Skripsi, Pembimbing Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag.,M.Pd.I pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Terbiyah dan Keguruan, UIN Antasari Banjarmasin, 2024.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, *Brand Trust*, Loyalitas, Mahasiswa

Pendidikan tinggi harus memperhatikan kepercayaan merek. Beberapa hasil riset terdahulu menyatakan kepercayaan sebagai faktor yang memperkuat loyalitas mahasiswa. Meskipun penting, penelitian-penelitian Di Indonesia tentang kepercayaan dan loyalitas pada pendidikan masih jarang ditemukan. Mereka belum meneliti pada penyedia jasa pendidikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepercayaan merek (*brand trust*) dan loyalitas mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

Jenis penelitian ini adalah (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh dari para mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin secara langsung di lapangan. Pada penelitian ini data dikumpulkan secara *online* menggunakan kuesioner dengan aplikasi google form. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *proporsional simple random sampling* dengan minimal sampel 377 mahasiswa. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan *IBM SPSS versi 25*.

Hasil penelitian pada variabel bebas *brand trust* (X) memiliki tingkat sebesar 3,18 dan variabel terikat loyalitas mahasiswa (Y) memiliki tingkat sebesar 3,03. *Brand trust* memiliki korelasi yang kuat terhadap loyalitas mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin. Hal ini dilihat dari nilai signifikan pada variabel *brand trust* dan loyalitas yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai R sebesar 0,763 mendekati angka satu dengan artian bahwa korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat termasuk kriteria kuat. Kesimpulan pada penelitian ini adalah *brand trust* dan loyalitas mahasiswa memiliki tingkat yang cukup tinggi dengan skor keduanya di atas 3 dari maksimal 4. *Brand trust* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، الصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ، سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَ
عَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah Swt. Tuhan seru sekalian alam. Salawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad Saw., yang telah menunjukaan kepada manusia jalan keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, baik dalam bentuk dukungan, bimbingan, dan arahan serta motivasi sehingga tugas yang terasa berat ini dapat diselesaikan.

Sehubungan dengan itu, maka dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dimaksud. Khususnya, penulis ucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Dr. H. Hamdan, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin yang berkenan menerima dan menyetujui judul skripsi ini.
3. Bapak Drs. H. Muhammad Yuseran, M.Pd. dan Ibu Nauriatul Muharramah, S.E.I.,M.Pd., selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari

Banjarmasin, yang memberikan arahan penulisan skripsi yang sesuai dengan pengembangan pada program studi.

4. Bapak Dr. Adi Ansari, M.Pd., selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan arahan selama penulis berstudi.
5. Bapak Dr. Ahmad Juhaidi, S.Ag.,M.Pd.I., selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi.
6. Para dosen, karyawan dan karyawan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Antasari Banjarmasin yang telah banyak memberikan ilmu dan layanan yang baik selama penulis berstudi.
7. Bapak Dr. Saifuddin, M.Ag., selaku Kepala Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan staf yang telah menyediakan berbagai bahan referensi dalam rangka penyusunan skripsi.
8. Seluruh responden yang bersedia memberikan informasi dan data dalam penelitian ini.

Semoga Allah swt. melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada mereka dan mencatatnya sebagai kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat dan menjadi amal ibadah di sisi-Nya.

Banjarmasin, 02 Jumadil Akhir 1445 H
15 Desember 2023 M

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

1. ا : A	16. ط : Th
2. ب : B	17. ظ : Zh
3. ت : T	18. ع : ' (Alef)
4. ث : Ts	19. غ : Gh
5. ج : J	20. ف : F
6. ح : <u>H</u>	21. ق : Q
7. خ : Kh	22. ك : K
8. د : D	23. ل : L
9. ذ : Dz	24. م : M
10. ر : R	25. ن : N
11. ز : Z	26. و : W
12. س : S	27. ه : H
13. ش : Sy	28. ء : ` (Alef)
14. ص : Sh	29. ي : Y
15. ض : Dh	

1. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
َ	A	Fathah
ِ	I	Kasrah
ُ	U	Dhammah

Kata sandang: Contoh: (الرِّجَال) al-rijâl, (الدِّوَان) al-dîwân bukan ad-dîwân.
 Syiddah: Misalnya, kata (الصَّرُورَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan dharûrah,
 demikian seterusnya.

Vokal rangkap memiliki ketentuan alih aksara sebagai berikut

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
ـَـي	Ai	a dan i
ـَـو	Au	a dan u

2. Vokal Panjang

Ketentuan alih aksara vokal panjang (mad), yang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf sebagai berikut.

Tanda Vokal Arab	Tanda Vokal Latin	Keterangan
بَا	Â	a dengan topi di atas
بِي	î	i dengan topi di atas
بُو	Û	u dengan topi di atas

3. Kata Sandang

Kata sandang, yang dalam sistem aksara Arab di lambangkan dengan huruf, yaitu dialihaksarakan menjadi huruf /I/, baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf kamariah. Contoh: al-rijâl bukan ar-rijâl, al-dîwân bukan ad-dîwân.

4. Syiddah (*Tasydid*)

Syiddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda (ـ) dalam alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan menggandakan huruf yang diberi tanda *syiddah* itu. Akan tetapi, hal ini tidak berlaku jika huruf yang menerima tanda *syiddah* itu terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf syamsiyah. Misalnya, kata (الضَّرُورَة) tidak ditulis adh-dharûrah melainkan dharûrah, demikian seterusnya.

5. Ta *Marbûthah*

Berkaitan dengan alih aksara ini, jika huruf *ta marbûthah* terdapat pada kata yang berdiri sendiri, maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /h/ (lihat contoh 1 di bawah). Hal yang sama juga berlaku jika *ta marûthah* tersebut diikuti oleh kata sifat (*na'î*) (lihat contoh 2). Namun, jika huruf *ta marûthah* tersebut diikuti kata benda (*ism*), maka huruf tersebut dialihaksarakan menjadi huruf /t/ (lihat contoh 3).

No.	Kata Arab	Alih Aksara
1.	طَرِيقَة	Tharîqah
2.	الْجَامِعَة الْإِسْلَامِيَّة	Al-Jâmî'ah al-Islâmiyah
3.	وَحْدَة الْوُجُود	Wahdah al-Wujûd

6. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam alih aksara ini huruf kapital tersebut juga digunakan, dengan mengikuti ketentuan yang berlaku dalam ejaan Bahasa Indonesia, antara lain untuk menuliskan permulaan

kalimat, huruf awal nama tempat, nama bulan, nama diri, dan lain-lain. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya. Contoh: al-Ghazali bukan Al-Ghazali, al-Banjari bukan Al-Banjari.

Beberapa ketentuan lain dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) sebetulnya juga dapat diterapkan dalam alih aksara ini, misalnya ketentuan mengenai huruf cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*). Jika menurut PUEBI, judul buku itu ditulis dengan cetak miring, maka demikian halnya dalam alih aksaranya, demikian seterusnya.

Berkaitan dengan penulisan nama, untuk nama-nama tokoh yang berasal dari Nusantara sendiri, disarankan tidak dialihaksarakan meskipun akar katanya berasal dari bahasa Arab. Misalnya ditulis Abdussamad al-Palimbani, tidak ‘Abd al-Samad al-Palimbânî; Nuruddin al-Raniri, tidak Nûr al-Dîn al-Rânîrî.

7. Cara Penulisan Kata

Setiap kata, baik kata kerja (*fi’l*), kata benda (*ism*), maupun huruf (*harf*) ditulis secara terpisah. Berikut adalah beberapa contoh alih aksara atas kalimat-kalimat dalam bahasa Arab.

Aksara Arab	Alih Aksara
ذَهَبَ الْأُسْتَاذُ	dzahaba al-ustâdzu
تَبَيَّنَ الْأَجْرُ	tsabata al-ajru
الْحَرَكَةُ الْعَصْرِيَّةُ	al-ḥarakah al- ‘ashriyyah
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	asyhadu an lâ ilâha illah Allâh
مَوْلَانَا مَلِكُ الصَّالِحِ	mawalânâ Malik al-Shâlih

يُؤْتِرْكُمْ اللَّهُ	yu'tsirukum Allâh
الْمَظَاهِرِ الْعَقْلِيَّةِ	al-mazhâhir al- 'aqliyyah
حُبُّ الْإِسْتِطْلَاعِ	hub al-istithlâ'
الْمَادَّةُ الْمَصْنُوعَةُ مِنَ الْحَيَوَانَ	al-mâddah al-mashnû'ah min al- hayawân
طَرْفُ الْعَيْنِ	tharf al- 'ayni
الْمُسَاهَمَةُ	al-musâhamah
مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا	man salaka tharîqan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
BUKTI BEBAS PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI.....	ix
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Definisi Operasional	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Signifikansi Penelitian	6
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
G. Hipotesis Penelitian	14
H. Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	16
A. Kajian Teori.....	16
1. <i>Brand</i>	16
2. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	17
a. <i>Benevolence</i>	18
b. <i>Reliability</i>	18
c. <i>Credibility</i>	19
d. <i>Integrity</i>	19
e. <i>Reputation</i>	21
f. <i>Competence</i>	21
g. <i>Predictability</i>	21
3. Loyalitas Pelanggan	22
4. Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keberlangsungan Merek	26
a. <i>Word of Mouth</i> Positif.....	27
b. Loyalitas Konsumen.....	27
c. Pembentukan Hubungan Jangka Panjang.....	28
5. Pemasaran Relasi Melalui E-Wom.....	28
B. Kerangka Pikir	29

BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Pendekatan Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Data dan Sumber Data	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Instrumen Penelitian	36
G. Teknik Analisis Data	38
H. Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 43
A. Hasil Penelitian	45
B. Pembahasan.....	49
 BAB V PENUTUP.....	 55
1. Simpulan	55
2. Saran	56
 DAFTAR PUSTAKA	 57
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS	137

DAFTAR TABEL

3.1 Hasil Uji Normalitas	40
3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	40
3.3 Hasil Uji Linieritas.....	41
3.4 hasil Uji Reliabilitas	42
4.1 Mean dan Standar Deviasi	46
4.2 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> (r)	47
4.3 Hasil Uji Determinasi R^2	47
4.4 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana	48

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
2.1 Konsep Pelayanan Konsumen.....	23
2.2 Piramida <i>Brand Loyalty</i>	25
2.3 Kerangka Pikir	29
3.1 Bagan Analisis Data	39
4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden	43
4.2 Diagram Fakultas Responden	44
4.3 Diagram Besaran UKT Responden	44
4.4 Diagram Pendidikan Terakhir Orang Tua Responden	45

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Halaman
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	63
2. Daftar Terjemah.....	65
3. Angket Penelitian	66
4. Barcode Angket Google Form	67
5. Tabel Cohen	68
6. Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
7. Tabulasi Data Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	73
8. Hasil Hasil Uji Validitas	97
9. Hasil Uji Reliabilitas	104
10. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	112
11. Hasil Uji Statistik Deskriptif Mean dan Standar Deviasi.....	113
12. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	115
13. Distribusi Nilai T-Tabel.....	117
14. Surat Perubahan Judul.....	118
15. Surat Persetujuan Seminar Proposal	119
16. Surat Keterangan Telah Seminar Proposal.....	120
17. SK Pembimbing Skripsi	121
18. Surat Persetujuan Riset	122
19. Surat Izin Riset.....	123
20. Surat Selesai Riset.....	126

21. Foto Dokumentasi Penelitian	127
22. Buku Konsultasi	130