

**ANALISIS KOMPARASI KEPERCAYAAN MEREK
(BRAND TRUST), STORE ATMOSPHERE, KUALITAS
LAYANAN DAN REPURCHASE INTENTION PADA
CLARICE BEAUTY CLINIC DAN LORIS BEAUTY
CLINIC DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Di Susun Oleh:

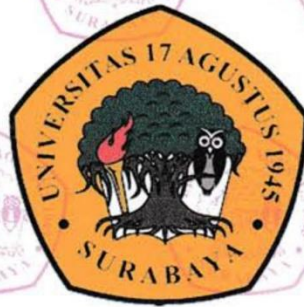
**SUCI ROHMATUN NISA'
1121900160**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2023**

**ANALISIS KOMPARASI KEPERCAYAAN MEREK
(BRAND TRUST), STORE ATMOSPHERE, KUALITAS
LAYANAN DAN REPURCHASE INTENTION PADA
CLARICE BEAUTY CLINIC DAN LORIS BEAUTY
CLINIC DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Di Susun Oleh:

SUCI ROHMATUN NISA'

1121900160

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Suci Rohmatun Nisa'

NBI : 1121900160

Judul Skripsi : ANALISIS KOMPARASI KEPERCAYAAN MEREK (BRAND TRUST), STORE ATMOSPHERE, KUALITAS LAYANAN DAN REPURCHASE INTENTION PADA CLARICE BEAUTY CLINIC DAN LORIS BEAUTY CLINIC DI KOTA SURABAYA

Surabaya, 22 Juni 2023

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Di setujui Oleh,
Dosen pembimbing**

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Dr. IGN. Anom Maruta, M.M

NPP. 20120.87.0103

NPP. 20120.86.0056

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI




Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 22 Juni 2023.

Dewan Penguji :

1. **Dr. IGN. Anom Maruta, M.M**
Ketua

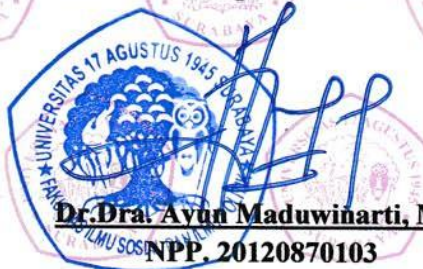
2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM**
Anggota

3. **Dra. Sri Andayani, MM**
Anggota

()
()
()

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Suci Rohmatun Nisa'

NBI : 1121900160

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Analisis Komparasi Kepercayaan Merek (Brand Trust), Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Repurchase Intention Pada Clarice Beauty Clinic Dan Loris Beauty Clinic Di Kota Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 22 Juni 2023
Yang membuat pernyataan



Suci Rohmatun Nisa'



**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suci Rohmatun Nisa'
NBI : 1121900160
Fakultas : FISIP
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), atas karya saya yang berjudul:

“Analisis Komparasi Kepercayaan Merek (Brand Trust), Store Atmosphere, Kualitas Layanan Dan Repurchase Intention Pada Clarice Beauty Clinic Dan Loris Beauty Clinic Di Kota Surabaya”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 22 Juni 2023

Yang Menyatakan



Suci Rohmatun Nisa'

MOTTO

“Targetkan sesuatu dengan hasil yang maksimal dan teruslah berusaha melakukan yang terbaik, Selebihnya biarkan Allah yang menentukan”

-SuciRhn-

“Tetaplah melangka ke depan hingga baik menjadi lebih baik. Dan lebih baik menjadi yang terbaik”

-Wishnutama-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk Ibu saya Alm. Ibu Luluk Abidah S.Pd.I dan untuk Ayah saya Bapak Abd.Ghofur, Terimakasih banyak atas dukungan moral dan materi yang telah diberikan kepada saya agar dapat mengembangkan pendidikan saya sampai ke jenjang yang lebih tinggi, kasih sayang dan cinta yang tidak pernah ada habisnya.
2. Untuk orang-orang disekitar saya yang saya sayangi.
3. Seluruh dosen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Khususnya dosen administrasi bisnis fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu dan membimbing saya selama dibangku perkuliahan.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan anantara Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan dan *Repurchase Intention* pada Clarice Beauty Clinic dan Loris Beauty Clinic. Jenis penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan peneliti berusaha melakukan komparasi antara variabel yang melekat pada dua objek yaitu Clarice Beauty Clinic dan Loris Beauty Clinic. Penelitian komparatif merupakan penelitian yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada konsumen yang pernah melakukan perawatan wajahatau pembelian produk pada Clarice Beauty Clinic dan Loris Beauty Clinic. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) karena penelitian ini di khusus kan bagi para konsumen yang pernah pernah melakukan perawatan wajahatau pembelian produk pada Clarice Beauty Clinic dan Loris Beauty Clinic dengan menggunakan tknik *snowball sampling*. Menggunakan metode analisis data uji kesamaan varian (Homogenitas) berfungsi untuk mengetahui seragam tidaknya variasi pada masing-masing sampel dan uji independent sampel t-test untuk mengetahui adakah perbedaan mean atau rata-rata dua kelompok sampel yang tidak berhubungan dan dibantu dengan SPSS 20. Dari teknik analisis data hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan dan *Repurchase Intention* Tidak memiliki perbedaan pada Clarice Beauty Clinic dan Loris Beauty Clinic.

Kata Kunci : Kepercayaan Merek (*Brand Trust*), *Store Atmosphere*, Kualitas Layanan, *Repurchase Intention*

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing whether there are differences between Brand Trust, Store Atmosphere, Service Quality and Repurchase Intention at Clarice Beauty Clinic and Loris Beauty Clinic. This type of research uses quantitative research methods and researchers try to make comparisons between the variables attached to the two objects, namely Clarice Beauty Clinic and Loris Beauty Clinic. Comparative research is research that is comparative. This research was conducted by distributing questionnaires via Google from to consumers who had facial treatments or purchased products at Clarice Beauty Clinic and Loris Beauty Clinic. The sampling technique used in this study is non-probability sampling (non-random sampling) because this research is specifically for consumers who have had facial treatments or purchased products at Clarice Beauty Clinic and Loris Beauty Clinic using the snowball sampling technique. Using the data analysis method, the homogeneity test functions to find out whether the variation is uniform in each sample and the independent sample t-test to find out whether there is a difference in the mean or average of two sample groups that are not related and assisted with SPSS 20. From The results of data analysis techniques obtained show that Brand Trust, Store Atmosphere, Service Quality and Repurchase Intention do not have differences in Clarice Beauty Clinic and Loris Beauty Clinic.

Keywords: *Brand Trust, Store Atmosphere, Service Quality, Repurchase Intention*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT dan juga berkah,rahmat serta hidayah-Nya yang senantiasa diberikan kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis komparasi Kepercayaan Merek (Brand Trust), Store Atmosphre, Kualitas Layanan dan Repurchase Intention”**. Penyusunan skripsi ini sebagai syarat dalam menyelesaikan program pendidikan S1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Tuhan saya Allah SWT, karena telah diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberi jalan dan kemudaha dan kelancaran.
2. Alm. Ibu Luluk Abidah S.Pd.I, seseorang yang bisa saya sebut sebagai Ibu yang berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah. Alhamdulillah kini saya bisa berada ditahap ini, menyelesaikan Skripsi ini sebagaimana perwujudan terakhir sebelum beliau benar-benar pergi, meskipun pada akhirnya perjalanan ini harus saya lewati sendiri tanpa lagi beliau temani.
3. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Abd.Ghofur beliau tidak hanya seorang ayah yang hebat tapi beliau juga mampu berperan sebagai ibu sekaligus, Terima kasih telah memberikan semangat dan motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM. selaku kepala prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Dr. IGN Anom Maruta, M.M. selaku dosen pembimbing pertama saya dan Bapak Drs. Agung Pujianto, M.M. selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah sabar meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing saya.
6. Kepada Bripda Aji Putra Pratama Terima Kasih telah membersamai penulis selama penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun serta telah menjadi tempat berkeluh kesah dalam keadaan suka maupun duka, Terimakasih telah menjadi rumah yang tidak hanya berupa tanah dan bangunan.
7. Kepada sahabat saya yaitu Eka, Septika, Elizha, Dinda yang selalu ada saat senang maupun sedih, yang telah berjuang bersama-sama untuk mengerjakan

- skripsi ini, yang tidak pernah bosan untuk saling memberikan perhatian, dukungan dan memberikan yang terbaik bagi kelancaran skripsi ini.
8. Teman Se-Tongkrongan Ibad, Yokki, Bryan, Isam, Bihilton, Jamel, Kiki, Ardiansyah, Terima kasih sudah mau direpotkan dalam segala hal dan Terima kasih atas canda tawa-nya selama ini.
 9. Kepada Sahabat saya waktu dibangku SMA yaitu Syarifah Salsabillah, Firnanda Aulia Pravita, Lesta Yahsa Giardi, Meski kita jarang bejumpa terima kasih selalu ada dan selalu bersedia mendengarkan keluh kesah perjalanan hidup saya, dan tentunya atas segala hal yang telah dilakukan guna meningkatkan semangat saat jalannya skripsi.
 10. Teman – teman seangkatan Administrasi Bisnis 2019 Khususnya Sania Octa H.Y, Erika Inta Okta velina dan Meyliza maya pratiwi
 11. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner serta seluruh pihak yang terlibat.
 12. *Last but not least* saya sendiri terima kasih telah bertahan, ikhlas dan sabar untuk sampai ke titik ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis menyadari masih terdapat banyak kelemahan maka dari itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya,

Surabaya, 22 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRAC	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	20
2.3 Definisi konsep	31
2.4 Definisi Operasional	32
2.5 Pola Perbedaan Antar Variabel	35
2.6 Kerangka berfikir	37
2.7 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Rancangan Penelitian.....	39
3.2 Populasi Dan Sampel.....	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Skala Pengukuran Dan Instrument Penelitian.....	41

3.3.1	Skala Pengukuran.....	41
3.3.2	Instrument Penelitian	43
3.4	Jenis Data Dan Sumber Data	45
3.4.1	Jenis Data.....	45
3.4.2	Sumber Data.....	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6	Teknis Analisis Data	46
BAB IV	PENYAJIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Penyajian Data	49
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.2	Karakteristik Responden	53
4.1.3	Uji Instrumen	56
4.2	Tabulasi Data	58
4.3	Analisis Data.....	85
4.4	Pembahasan.....	91
BAB V	PENUTUP.....	95
5.1	Simpulan	95
5.2	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Macam-Macam Treatment Di Clarice Dan Loris Beauty Clinic.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Skala Likert	42
Tabel 3.2	Interval Rata-Rata Skor.....	43
Tabel 3.3	Kisi-Kisi Instrumen.....	43
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Realibilitas	58
Tabel 4.7	Tabulasi Variabel Kepercayaan Merek Pada Clarice Beauty Clinic.....	58
Tabel 4.8	Tabulasi Variabel Store Atmosphere Pada Clarice Beauty Clinic	60
Tabel 4.9	Tabulasi Variabel Kualitas Layanan Pada Clarice Beauty Clinic	62
Tabel 4.10	Tabulasi Variabel Repurchase Intention Pada Clarice Beauty Clinic	64
Tabel 4.11	Tabulasi Variabel Kepercayaan Merek Pada Loris Beauty Clinic.....	65
Tabel 4.12	Tabulasi Variabel Store Atmosphere Pada Loris Beauty Clinic	67
Tabel 4.13	Tabulasi Variabel Kualitas Layanan Pada Loris Beauty Clinic	69
Tabel 4.14	Tabulasi Variabel Repurchase Intention Pada Loris Beauty Clinic	71
Tabel 4.15	Interval Rata-Rata Skor.....	73
Tabel 4.16	Hasil Deskripsi Variabel kepercayaan merek di clarice beauty clinic	74
Tabel 4.17	Hasil Deskripsi Variabel Store Atmosphere di Clarice Beauty Clinic.....	75
Tabel 4.18	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Layanan di Clarice Beauty Clinic.....	76
Tabel 4.19	Hasil Deskripsi Variabel Repurchase Intention di Clarice Beauty Clinic.....	78
Tabel 4.20	Hasil Deskripsi Variabel kepercayaan merek di Loris beauty clinic	79
Tabel 4.21	Hasil Deskripsi Variabel Store Atmosphere di Loris Beauty Clinic.....	80
Tabel 4.22	Hasil Deskripsi Variabel Kualitas Layanan di Loris Beauty Clinic.....	82
Tabel 4.23	Hasil Deskripsi Variabel Repurchase Intention di Loris Beauty Clinic....	83
Tabel 4.24	Distribusi Komparsai	84
Tabel 4.25	Uji Independent Sampel T Test.....	87
Tabel 4.26	Hasil Uji Group Statistics.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Permasalahan Kulit Wanita Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Logo Clarice Beauty Clinic	4
Gambar 1.3 Logo Loris Beauty Clinic	4
Gambar 1.4 Harga Produk Di Clarice Beauty Clinic Dan Loris Beauty Clinic	8
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	37
Gambar 4.1 Lokasi Clarice Beauty Clinic	50
Gambar 4.2 Proses Treatment Di Clarice Beauty Clinic	50
Gambar 4.3 Produk Dari Clarice Beauty Clinic	51
Gambar 4.4 Lokasi Loris Beauty Clinic	52
Gambar 4.5 Proses Treatment Di Loris Beauty Clinic	53
Gambar 4.6 Produk Dari Loris Beauty Clinic	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	105
Lampiran 2	Uji Validitas	113
Lampiran 3	Uji Reliabilitas	114
Lampiran 4	Uji Independent Sampel T Test	115
Lampiran 5	Uji Group Statistict	115
Lampiran 6	Kartu Bimbingan Skripsi.....	116
Lampiran 7	Lembar Revisi	118
Lampiran 8	Lembar Turnitin	121