

**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK KONSUMEN - MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK**

**THE INFLUENCE OF BRAND CHARACTERISTICS, COMPANY
CHARACTERISTIC, CONSUMER - BRAND CHARACTERISTIC ON
BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh
DYAH RETNO PALUPI
20130410051

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Dyah Retno Palupi

Nomor mahasiswa : 20130410051

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK KONSUMEN - MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI KEPERCAYAAN MEREK”** tidak terdapat tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya dengan mencantulkannya dalam Daftar Pustaka. Apabila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 31 Januari 2017

Dyah Retno Palupi

Motto



Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras”.

- Thomas Alfa Edison-

Jangan membanding-bandingkan dirimu dengan semua orang di dunia ini. Jika kau melakukannya, itu sama saja dengan menghina dirimu sendiri.

- Bill Gates-



Persembahan

Rasa syukur yang mendalam dengan mengucap Alhamdulillah rabbil 'Aalamiin segala puja dan puji bagi Allah SWT atas segala nikmat serta limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga tetap dilimpahkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW, keluarga dan sahabat-sahabat semuanya. Dengan terselesaikannya skripsi ini, penulis persembahkan kepada:

- ↪ Bapak yang selalu mendukung apa pun pilihan anaknya dan membiayai kebutuhan anaknya, ibu yang selalu cerewet dan mendoakan anaknya, semoga ini menjadi langkah awal untuk membahagiakan kalian yang tercinta
- ↪ Kedua kakak saya yang sudah memberikan pencerahan untuk mengejar masa depan yang lebih baik
- ↪ Mbol Junita Nugrahaning Widhi anak keuangan yang pengen banget ditulis namanya di skripsi ini. Terimakasih selalu bersedia untuk dihina, dimintain tolong, dan dicurhatin
- ↪ Teman-teman dan sahabat SMA yang udah mau repot-repot bantu cari responden
- ↪ Genk kuliah (Uul, Sita, Dita, dan Selfi) sudah mau jadi teman kumpul selama kuliah, canda tawa kalian akan menjadi kenangan terindah dan semoga silaturahmi kita selalu terjaga sampai kapanpun
- ↪ Semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

*Terimakasih,
Semoga kebaikan kalian dibalaskan dengan
limpahan rahmat dan kenikmatan dari
ALLAH SWT*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen - merek terhadap loyalitas merek melalui kepercayaan merek. Subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen yang sedang menggunakan produk Pond's. Objek dalam penelitian ini adalah di Yogyakarta. Jumlah sampel sebanyak 106 responden yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dan menggunakan teknik pengumpulan data *field survey*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan bantuan SPSS 16. Analisis pengujian kualitas instrument data dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji validitas, dan uji reliabilitas. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t-statistik dan uji koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa reputasi merek, kompetensi merek, dan kepercayaan pada perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek. Kepercayaan merek juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen - Merek, Kepercayaan Merek, dan Loyalitas Merek

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of the influence of brand characteristics, company characteristic, consumer - brand characteristic on brand loyalty through brand trust. The subject in this research that is consumers are using Pond's product. The object of this research is in Yogyakarta. The samples are 106 respondents chosen by using purposive sampling and using field survey as a technique data collection. The data analysis technique in this research was conducted using regression analysis with SPSS 16. Analysis of quality testing instrument data in this study using normality test, validity, and reliability testing. The hypothesis used t-test and determinant coefficient test

Based on the analysis results showed that brand reputation, brand competence, and trust in the company has positive significant influence on trust in a brand. Trust in brand also has positive significant influence on brand loyalty

Keywords: Brand Characteristics, Company Characteristic, Consumer - Brand Characteristic, Brand Trust, and Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Konsumen - Merek Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam mengambil keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Nano Prawoto, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati, PA, S.E., M.Si., PhD., selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB UMY.
3. Ibu Dr. Indah Fatmawati, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh dosen yang telah ikhlas mengajarkan ilmu-nya pada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik ditinjau dari materi, tata bahasa, dan penyusunannya oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kesempurnaannya. Sebagai akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua baik bagi penulis pada khususnya maupun pada umumnya.

Yogyakarta, 31 Januari 2017

Dyah Retno Palupi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	12
1. Kepercayaan Merek.....	12
2. Karakteristik Merek.....	13
a. Reputasi Merek.....	13
b. Prediktabilitas Merek.....	14
c. Kompetensi Merek.....	14
3. Karakteristik Perusahaan.....	15
a. Kepercayaan Pada Perusahaan.....	15
4. Karakteristik Konsumen - Merek.....	16
a. Kesukaan pada Merek.....	17
5. Loyalitas Merek.....	17
B. Hipotesis.....	18
1. Hubungan reputasi merek terhadap kepercayaan merek.....	18
2. Hubungan prediktabilitas merek terhadap kepercayaan merek.....	19
3. Hubungan kompetensi merek terhadap kepercayaan merek.....	19
4. Hubungan kepercayaan pada perusahaan terhadap kepercayaan merek.....	20
5. Hubungan kesukaan pada merek terhadap kepercayaan merek.....	20
6. Hubungan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.....	21
C. Model Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Objek/Subjek Penelitian.....	24
B. Jenis Data.....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26

1. Reputasi merek.....	26
2. Prediktabilitas merek.....	27
3. Kompetensi merek.....	27
5. Kesukaan pada merek.....	28
6. Kepercayaan merek.....	29
7. Loyalitas merek.....	30
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	32
1. Uji Normalitas.....	32
2. Uji Validitas.....	33
3. Uji Reliabilitas.....	34
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian.....	37
B. Pengujian Instrumen.....	43
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	51
D. Pembahasan.....	58
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	65
B. Keterbatasan Penelitian.....	66
C. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

3.1. Operasionalisasi Variabel.....	30
4.1. Karakteristik Responden.....	42
4.2. Hasil Normalitas Variabel Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, Kompetensi Merek, Kepercayaan Pada Perusahaan dan Kesukaan Pada Merek Terhadap Variabel Kepercayaan Merek.....	44
4.3. Hasil Normalitas Variabel Kepercayaan Merek Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	45
4.4. Hasil KMO and Bartlett's Test.....	47
4.5. Hasil Rotated Component Matrix.....	49
4.6. Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.7. Hasil Analisis Regresi Berganda Variabel Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, Kompetensi Merek, Kepercayaan Pada Perusahaan dan Kesukaan Pada Merek Terhadap Variabel Kepercayaan Merek.....	52
4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Variabel Kepercayaan Merek Terhadap Variabel Loyalitas Merek.....	56

DAFTAR GAMBAR

2.1. Kerangka Berpikir.....	12
2.2. Model Penelitian.....	22