

**PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN MEREK
(KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK)
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

Oleh :

RIZKI STEVIANY

NIM : 212011075

KERTAS KERJA

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Guna Memenuhi Sebagian dari
Persyaratan-persyaratan untuk Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi**

FAKULTAS : EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN



**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SALATIGA

2017

PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN MEREK (KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK) DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK

Oleh:
RIZKI STEVIANY
NIM : 212011075

KERTAS KERJA

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Guna Memenuhi Sebagian dari
Persyaratan-persyaratan untuk Mencapai
Gelara Sarjana Ekonomi

FAKULTAS : EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

Disetujui oleh :



Dr. Linda Kusuma, SE., MM
Pembimbing

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Kertas Kerja : PENGARUH FAKTOR KEPERCAYAAN MEREK
(KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PELANGGAN-
MEREK) DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK

Nama Mahasiswa : Rizki Stevianny

NIM : 212011075

Program Studi : Manajemen

Menyetujui



Dr. Linda Kusuma, SE., MM
Pembimbing

Mengesahkan



Albert Kristian Noy Adhi Nugraha, SE., MM., PhD
Ketua Program Studi Manajemen

Dinyatakan Lulus Ujian Tanggal 2 Februari 2018



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Stevianny
NIM : 212011075 Email : 212011075@student.uksw.edu
Fakultas : Ekonomika & Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Kepercayaan merek (Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan - Merek) Dan Citra Merek terhadap loyalitas Merek
Pembimbing : 1. Dr. Linda Kusuma, SE., MM.
2.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 13 Februari, 2018



Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Rizki Stevianny



FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jalan Diponegoro 52-60
Phone: (0298) 21212, 311881
Telex: 223664 ukswsa ia
Salatiga 50711-Indonesia
Fax: (0298)-21433

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS KERTAS KERJA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Rizki Steviany
NIM : 212011075
Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana
Salatiga

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa kertas kerja :

Judul : Pengaruh Faktor Kepercayaan Merek (Karakteristik
Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik
Pelanggan-Merek) dan Citra Merek terhadap
Loyalitas Merek

Pembimbing : Dr. Linda Kusuma, SE, MM

Tanggal diuji : 2 Februari 2018

adalah benar-benar karya Saya.

Didalam kertas kerja ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang Saya ambil dengan menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Salatiga, 13 Februari 2018

Yang memberi pernyataan,



RIZKI STEVIANY



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizki Steviary
NIM : 212011075 Email : 212011075 @ student.uksw.edu
Fakultas : Ekonomika & Bisnis Program Studi : Manajemen
Judul tugas akhir : Pengaruh Faktor Kepercayaan Merek (Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan - Merek) dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

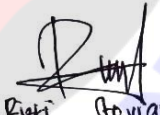
- a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 13 Februari 2018


Rizki Steviary
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,


Dr. Linda Kusuma, SE., MM
Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

ABSTRAK

Merek yang kuat tidak selalu menghasilkan loyalitas merek tersebut dalam jangka panjang. Oleh karenanya perusahaan perlu terus berupaya untuk meningkatkan loyalitas merek dengan cara memperhatikan faktor-faktor penentunya. Adapun loyalitas merek dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kepercayaan merek (yang meliputi karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik pelanggan – merek) dan citra merek.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek (yang meliputi karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik pelanggan – merek) dan citra merek terhadap loyalitas merek produk *smartphone* Samsung. Untuk memperoleh data, diambil sampel sebanyak 200 orang pengguna produk handphone merek Samsung yang tinggal di Salatiga dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik merek, karakteristik pelanggan - merek dan citra merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas merek. Sedangkan karakteristik perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci : karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik pelanggan – merek, citra merek, loyalitas merek

ABSTRACT

Strong brands do not always result in brand loyalty in the long term. Therefore companies need to continue to work to increase brand loyalty by taking into account the determining factors. Brand loyalty can be influenced by factors such as brand trust (which includes brand characteristics, company characteristics, and customer-brand characteristics) and brand image

This study aims to determine the influence of brand trust (which includes brand characteristics, corporate characteristics, and customer-brand characteristics) and brand image of Samsung brand smartphone product loyalty. To obtain data, samples taken as many as 200 people of Samsung brand mobile phone users who live in Salatiga with purposive sampling technique. Analyzer used is multiple regression analysis.

The results showed that brand characteristics, customer-brand characteristics and brand image have a significant positive effect on brand loyalty. While the company characteristics has no significant effect on brand loyalty.

Keywords: brand characteristics, company characteristics, customer-brand characteristics, brand image, brand loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Tidak Plagiat	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Tulis Kertas Kerja	v
Halaman Pernyataan Persetujuan Akses	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Latar Belakang Masalah	1
Persoalan Penelitian	3
Telaah Teoritis	4
Kepercayaan terhadap Merek (<i>Trust in A Brand</i>)	4
Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	5
Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	6
Pengembangan Hipotesis	7
Model Penelitian	11
Metode Penelitian	12
Gambaran Sampel Penelitian	12
Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	12
Pengukuran Konsep	12
Teknik Analisis Data	14
Hasil Penelitian dan Pembahasan	16
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Pretest</i> Kuesioner	16

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian Utama	18
Gambaran Responden	20
Pengujian Asumsi Klasik Regresi Berganda	21
Pengujian Hipotesis	23
Pembahasan	25
Penutup	30
Kesimpulan	30
Implikasi Terapan	30
Keterbatasan Penelitian	31
Penelitian Mendatang	31
Daftar Pustaka.....	32



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Pengukuran Konsep	13
Tabel 2. Hasil Uji Validitas <i>Pretest</i> Kuesioner	16
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas <i>Pretest</i> Kuesioner	18
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian Utama	19
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian Utama	20
Tabel 6. Gambaran Responden	20
Tabel 7. Pengujian Normalitas	22
Tabel 8. Pengujian Multikolinearitas	22
Tabel 9. Pengujian Heteroskedastisitas	23
Tabel 10. Hasil Uji t	24

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Penelitian	12



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Pretest Kuesioner
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian Utama
- Lampiran 5. Uji Asumsi Normalitas
- Lampiran 6. Uji Asumsi Multikolinearitas dan Uji Hipotesis
- Lampiran 7. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

