

## *ABSTRACT*

The purpose of this study was to examine the effect of brand trust on Brand loyalty .To get the information needed in this research, researcher conductsurvey to 100 respondents. Respondents are studentsat Maranatha Christian University Bandung. Then analyzed quantitatively using SPSS 11.5. The results show that brand trust has a positive influence of brand loyalty. It is therefore important for companies to continue to maintain confidence in the brand because many of the gains the company if the company continues tomaintain confidence in the brand.

Keywods:brand trust and brand loyalty.

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. Untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti melakukan survei kepada 100 responden. Responden adalah mahasiswa di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan SPSS 11.5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dari loyalitas merek. Hal itu penting bagi perusahaan untuk terus mempertahankan kepercayaan pada merek karena banyak keuntungan yang diperoleh perusahaan jika perusahaan terus mempertahankan kepercayaan merek.

Kata Kunci : kepercayaan merek dan loyalitas merek.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1. Teori Merek .....	6
2.1.1. Penetapan Merek.....	8
2.1.2. Peranan Merek .....	11
2.2. Teori Kepercayaan Merek .....	13
2.3. Teori Loyalitas Merek .....	14
2.3.1. Piramida Loyalitas .....	16
2.3.2. Mengukur Loyalitas Merek.....	17
2.3.3. Karakteristik Konsumen Loyal .....	19
2.3.4. Nilai Strategis dari Loyalitas Merek .....	20
2.3.5. Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Merek .....	21

2.4. Pengembangan Hipotesis.....	23
2.5. Model Penelitian.....	24
2.6. Rerangka Pemikiran .....	25
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1. Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.2. Metoda Pengambilan Sampel .....	26
3.3. Metoda Pengumpulan Data .....	27
3.4. Definisi Oprasional Variabel dan Teknik Pengukuran Instrumen	27
3.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	28
3.6. Pengujian Outliers .....	29
3.7. Metoda Analisis Data .....	30
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1. Data.....	31
4.2. Pengumpulan Data.....	31
4.3. Karakteristik Responden .....	31
4.3.1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	32
4.3.2 Karaktersitik Responden Menurut Usia.....	33
4.3.3 Karakteristik Responden Menurut Tahun Angkatan .....	34
4.3.4 Karakteristik Responden Menurut Jurusan.....	35
4.4. Hasil Pengujian Outliers.....	36
4.5. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	38
4.5.1. Hasil Pengujian Validitas .....	38
4.5.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	40
4.6. Hasil Uji Normalitas.....	42
4.7. Hasil Pengujian Regresi Sederhana.....	43
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>45</b>
5.1. Simpulan.....	45
5.2. Impikasi Manajerial.....	46
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	46
5.4. Saran.....	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas.....	16
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	24
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran .....	25

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	34
Tabel 4.5 Pengujian Outliers.....	37
Tabel 4.6 Pengujian Validitas: Analisis Faktor Awal.....	39
Tabel 4.7 Pengujian Validitas : Analisis Faktor Akhir .....	39
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas Kepercayaan Merek : Reliability Statistics.....	40
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas Kepercayaan Merek: Item-Total Statistics.....	41
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas Loyalitas Merek : Reliability Statistics.....	41
Tabel 4.11 Pengujian Reliabilitas Loyalitas merek : Item-Total Statistics.....	41
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.13 Analisis Regresi Sederhana : Model Summary .....	43
Tabel 4.14 Analisis Regresi Sederhana : ANOVA .....	44
Tabel 4.15 Analisis Regresi Sederhana: Coefficient .....	44

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Pengujian Outliers
- Lampiran 4 Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas)
- Lampiran 5 Pengujian Instrumen Penelitian (Reliabilitas)
- Lampiran 6 Pengujian Normalitas
- Lampiran 7 Pengujian Regresi