

## ***ABSTRACT***

The purpose of this study to examine the effect of brand trust on brand loyalty. To get the information needed research, researcher conduct survey to 100 respondents. Respondents are students at Maranatha Christian University Bandung. The 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 to maintain confidence in the brand

Keywords : 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 survey 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 ini penting bagi perusahaan untuk terus mempertahankan kepercayaan 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 .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
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 .....	7
2.1.2. Peranan Merek.....	10
2.2 Teori Loyalitas Merek .....	11

2.3	Teori Kepercayaan Merek .....	12
2.3.1.	Piramida Loyalitas.....	13
2.3.2.	Mengukur Loyalitas Merek .....	15
2.3.3.	Karakteristik Konsumen Loyal.....	17
2.3.4.	Nilai Strategis dan Loyalitas Merek .....	18
2.3.5.	Menciptakan dan Memelihara Loyalitas Merek.....	19
2.4.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
2.5.	Rerangka Pemikiran .....	21
2.5.1.	Pembahasan Rerangka Pemikiran .....	22
2.6.	Pengembangan Hipotesis.....	23
2.7.	Paradigma Penelitian .....	24
BAB III METODA PENELITIAN.....		25
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian.....	25
3.2	Metode Pengambilan Sampel .....	26
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Teknik pengukuran Instrumen	28
3.5	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.6	Metode Analisis Data .....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1.	Hasil Penelitian.....	32
4.1.1.	Karakteristik .....	32
4.1.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
4.1.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	34
4.1.1.3.	Karakteristik Berdasarkan Tahun Angkatan.....	35
4.1.1.4.	Karakteristik Berdasarkan Jurusan .....	36
4.1.2.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	36
4.1.2.1.	Hasil Pengujian Validitas .....	36

4.1.2.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	39
4.1.2.3. Hasil Uji Normalitas.....	42
4.1.2.4. Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	43
4.2. Pembahasan .....	47
4.2.1. Kepercayaan Merek.....	47
4.2.2. Loyalitas Merek .....	48
4.2.3. Besar Pengaruh Kepercayaan Merek .....	49
4.3. Implikasi Pemasaran .....	50
BAB V   SIMPULAN DAN SARAN .....	53
5.1. Simpulan.....	53
5.2. Keterbatasan Penelitian & Saran .....	54
5.2.1. Keterbatasan Penelitian .....	54
5.2.2. Saran Umum.....	55
5.2.3. Saran Khusus .....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas.....	13
Gambar 2.2 Rerangka Penelitian.....	21
Gambar 2.3. Paradigma Penelitian.....	24
Gambar 2.4. Definisi Operasional Variabel dan Tehnik Pengukuran Instrumen .	28

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan .....	35
Tabel 4.4 Karakteristik responden Berdasarkan Jurusan.....	36
Tabel 4.5 Pengujian Validitas : KMO and Barlett's Test.....	37
Tabel 4.6 <i>Pengujian Validitas : Rotated Component Matrix</i> .....	38
Tabel 4.7 Pengujian Reliabilitas Kepercayaan Merek : Reliability Statistic.....	39
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas Kepercayaan Merek : Item-Total Statistic.....	40
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas Loyalitas Merek : Reliability Statistic.....	41
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas Loyalitas Merek : Item-Total Statistic.....	41
Tabel 4.11 Pengujian Normalitas : One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	42
Tabel 4.12 Analisis Regresi : Model Summary .....	44
Tabel 4.13 Pengujian Regresi : ANOVA.....	45
Tabel 4.14 Analisis Regresi sederhana : Coefficient .....	46



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A : Kuisisioner Penelitian

Lampiran B : Hasil Pengolahan Data