

ABSTRACT

The company should coordinate all of their marketing activities to face the tight competition recently. They should do that to fill consumer needs, create satisfaction and finally make consumer loyal on brand of their product and service. One of some factors that influences Brand Loyalty is Trust in a Brand. Trust in a Brand consists of Brand Characteristics, Company Characteristics, Consumer-Brand Characteristics. This research is done by distributing questioners to respondents around Maranatha Christian University especially Blackberry handphone users. It used SPSS 14.0 with multiple linier regression to examine datas. The result shows Trust in a Brand has an impact on Brand Loyalty.

Keywords: Trust in a Brand, Brand Loyalty, Brand Characteristics, Company Characteristics, Consumer-Brand Characteristics.

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengkoordinasikan kegiatan pemasarannya. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, menciptakan kepuasan dan pada akhirnya membuat pelanggannya setia atau loyal terhadap merek produk atau jasa perusahaan tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas merek (*Brand Loyalty*) adalah *Trust in a Brand*. *Trust in a Brand* meliputi *Brand Characteristics*, *Company Characteristics*, *Consumer-Brand Characteristics*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden di sekitar Universitas Kristen Maranatha yang pernah menggunakan Handphone Blackberry. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS 14.0 dengan metode regresi Linear Berganda dan hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Trust in a Brand* terhadap *Brand Loyalty*.

Kata-kata kunci : *Trust in a Brand*, *Brand Loyalty*, *Brand Characteristics*, *Company Characteristics*, *Consumer-Brand Characteristics*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Merek.....	9
2.1.2 Trust in a Brand.....	10
2.1.3 Loyalitas Merek.....	12
2.1.4 Mengukur Loyalitas Merek.....	15
2.1.5 Nilai Strategis Dari Loyalitas Merek.....	15
2.2 Kerangka Pemikiran.....	18
2.2 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian.....	23
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.4 Populasi Dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi.....	24
3.4.2 Sampel.....	25

3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Devinisi Operasional Variabel.....	27
3.7 Teknik Analisis Data.....	31
3.7.1 Uji Validitas.....	31
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.7.3 Uji Pengaruh Regresi.....	33
3.8 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	34
3.9 Analisis Validitas.....	35
3.9.1 Analisis KMO dan Barlett's Test.....	35
3.9.2 Analisis Anti-Image Matrices.....	37
3.9.3 Analisi Communalities.....	38
3.9.4 Analisis Total Variance Explained.....	40
3.9.5 Analisis Component Matrix.....	41
3.10 Analisis Reliabilitas.....	43
 BAB IV	
PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	45
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden Blackberry Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.2 Analisis Karakteristik Responden Blackberry Berdasarkan Pendapatan	45
4.1.3 Karakteristik Responden Blackberry Berdasarkan Usia.....	46
4.2 Analisis Pengujian Hipotesis (Regresi).....	47
4.2.1 Analisis Pengujian Besar Pengaruh Trust in a Brand Terhadap Brand Loyalty.....	47
4.2.2 Analisis Pengujian Model Regresi.....	47
4.2.3 Analisis Pengujian Hipotesis Penelitian.....	48
4.3 Pembahasan Penelitian.....	50
4.4 Implikasi Manajerial.....	52
 BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	55
5.3 Saran Untuk Peneliti Mendatang.....	55
 DAFTAR PUSTAKA	56
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
I	Piramida loyalitas.....	14
II	Model Penelitian.....	22

DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
I	Operasional Variabel.....	30
II	KMO	35
III	Bartlett's Test.....	36
IV	Anti-ImageMatrices	38
V	Analisis Communalities.....	39
VI	Analisis Total Variance Explained.....	41
VII	Analisis Component Matrix.....	42
VIII	Analisis Reliabilitas.....	44
IX	Jenis Kelamin Responden Blackberry.....	45
X	Pendapatan Responden Blackberry.....	45
XI	Usia Responden Blackberry.....	46
XII	Model Summary(b) Blackberry.....	47
XIII	Annova(b) Blackberry.....	47
XIV	Coefficients(a).....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
I	Kuesioner Penelitian.....	59
II	Uji Validitas.....	61
III	Uji Reliabilitas.....	69
IV	Identitas Responden.....	74
V	Uji Regresi.....	76