

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 karakteristik merek (*Brand characteristics*). *Brand Characteristics* meliputi Kompetensi merek, Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, Kesukaan Pada Merek.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden dengan jumlah 100 responden di sekitar Jalan Banceuy yang pernah mengonsumsi Kopi Aroma. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 dengan metode regresi Linear Berganda dan hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Brand Characteristics* terhadap *Brand Loyalty*.

Brand Characteristics mempunyai pengaruh signifikan terhadap Brand Loyalty dengan pengaruh hubungan antara Reputasi Merek dengan Loyalitas Merek sebesar 0,082, hubungan antara Prediktabilitas Merek dengan Loyalitas Merek sebesar 0,138, hubungan antara Kompetensi Merek dengan Loyalitas Merek sebesar -0,220, dan hubungan antara Kesukaan Pada Merek dengan Loyalitas Merek sebesar 0,276, sedangkan hubungan yang terkuat yaitu antara Kesukaan Pada Merek dengan Loyalitas Merek sebesar 0,276, sebaliknya Reputasi Merek dengan Loyalitas Merek memiliki hubungan terkecil yaitu sebesar 0,082.

Dalam upaya meningkatkan Loyalitas Merek, pihak perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan Karakteristik Merek suatu produk yang dia miliki. Kesukaan Pada Merek sebagai salah satu variable yang berpengaruh dominan harus tetap dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan.

Kata-kata kunci : *Brand Loyalty, Brand Characteristics, Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence, Brand Liking.*

ABSTRACT

In the face of tight competition, one of the things you can do is to coordinate the company's marketing activities. We are going to meet the needs of the company, creating customer satisfaction and ultimately create loyal customers loyal to their brand or product or service company. One factor that may affect brand loyalty (Brand Loyalty) is characteristic of the brand (Brand characteristics). Brand Characteristics include Brand Competency, Brand Reputation, Brand predictability, Brand Liking.

This research was conducted by distributing questionnaires to the respondents by the number of 100 respondents in the vicinity of Jalan Banceuy who had consumed coffee aroma. Testing and data processing using SPSS 16.0 with Multiple Linear regression method and the results of this study show the influence of Brand Characteristics on Brand Loyalty.

Brand Characteristics have a significant influence on Brand Loyalty to influence the relationship between Brand Reputation by Brand Loyalty registration of 0.082, the relationship between predictability Brand with Brand Loyalty at 0.138, the relationship between Competency Brand with Brand Loyalty at -0.220, and the relationship between the RSS, with Brand Loyalty On Brands at 0,276, while the strongest relationship between Brand Liking by Brand Loyalty at 0,276, on the contrary Reputation Brand with Brand Loyalty has the smallest relation that is equal to 0.082.

In an effort to increase Brand Loyalty, the company must constantly improve and maintain the characteristics of a product brand he had. Blogging The Brand as one variable that should remain the dominant influence can be controlled directly by the company.

Key Words: Brand Loyalty, Brand Characteristics, Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence, Brand Liking.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Merek	9
2.1.2 <i>Brand Trust</i>	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	17
2.3 Hipotesis	20
 BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Lokasi Dan Metode Penelitian.....	24
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi	25
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	27
3.6 Operasionalisasi Variabel	28
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.7.3 Uji Pengaruh Regresi	32
3.8 Kriteria Pengujian Hipotesis.....	33
3.9 Koefisien Determinasi	34
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Responden.....	35
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36

4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penyuka Kopi Aroma ..	36
4.1.4	Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Characteristic</i>	37
4.1.5	Pengaruh <i>Brand Characteristic</i> terhadap <i>Loyalitas Merek</i>	39
4.1.6	Korelasi <i>Brand Characteristic</i> dengan <i>Loyalitas Merek</i>	42
4.2	Pembahasan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN.....		51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1	Piramida loyalitas14
Gambar 2	Model Penelitian.....22

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....35
Tabel II	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia36
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Penyuka Kopi Aroma.....37
Tabel IV	Tanggapan Responden Berdasarkan Reputasi Merek37
Tabel V	Tanggapan Responden Berdasarkan Prediktabilitas Merek38
Tabel VI	Tanggapan Responden Berdasarkan Kompetensi Merek.....38
Tabel VII	Tanggapan Responden Berdasarkan Kesukaan Pada Merek.....39
Tabel VIII	Tanggapan Responden Berdasarkan Loyalitas Merek39
Tabel IX	Prediktor Loyalitas Merek40
Tabel X	Nilai Uji Prediktor Loyalitas Merek.....40
Tabel XI	Nilai Uji Prediktor Loyalitas Merek.....41
Tabel XII	Koefisien untuk Memperoleh Regresi Linier41
Tabel XIII	Korelasi Antar <i>Brand Characteristic</i> dengan Loyalitas Merek.....42