

ABSTRAK

Produk tidak cukup apabila hanya mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk juga perlu mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Efek dari kepercayaan tersebut, akan tercipta loyalitas. Sasaran dari penelitian ini adalah menguji pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada pasta gigi Pepsodent.

Kepercayaan merek adalah pemahaman konsumen terhadap suatu citra merek yang unggul dari suatu perusahaan. Dengan kepercayaan ini, perusahaan dan konsumen akan terjalin hubungan dalam jangka waktu yang lama. Sedangkan loyalitas konsumen adalah kesanggupan untuk membeli produk yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang. Sehingga dapat memberikan pengaruh positif bagi perusahaan dari segi pendapatan maupun pengembangan.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Kristen Maranatha dengan menggunakan 150 responden yang pernah membeli dan menggunakan Pepsodent. Karakteristik yang digunakan adalah jenis kelamin, lama menggunakan produk, dan pengeluaran per bulan kosumen. Metode analisis yang digunakan adalah metode statistik regresi sederhana dengan menggunakan SPSS versi 13. Instrument penelitian ini diadopsi dari Ballester dan Aleman (2001).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, peneliti menyimpulkan bahwa kepercayaan merek memberikan pengaruh pada loyalitas konsumen produk pasta gigi Pepsodent sebesar 14.6%.

Pepsodent perlu melakukan kampanye *brand* agar konsumen dapat berinteraksi secara langsung dan mendapatkan pengalaman akan produk. Selain itu juga Pepsodent perlu mengadakan seminar untuk memecahkan masalah konsumen serta meningkatkan mutu agar tetap menjaga kesetiaan dengan kosumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	7
1.5.1. Kerangka Pemikiran.....	7
1.5.2. Hipotesis.....	8
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	11

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2. Strategi Pemasaran Pemasaran.....	13
2.3. Merek.....	14
2.4. Penelitian Terdahulu.....	23
2.5. Kepercayaan Merek.....	24
2.6. Loyalitas Konsumen.....	27
2.7. Pengaruh <i>Brand Trust</i> pada Loyalitas Konsumen.....	29

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian.....	30
3.1.1. Sejarah Perusahaan.....	30
3.1.2. Perluasan Unilever Indonesia.....	32
3.1.3. Kronologi.....	34
3.1.4. Fakta Penting.....	35
3.2. Metode Penelitian.....	37
3.2.1. Desain Penelitian.....	37
3.2.2. Sampel Penelitian.....	37
3.2.3. Metode Pengambilan Sampel.....	38
3.2.4. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.2.5. Defenisi Operasional.....	42
3.2.6. Metode Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....	44
3.2.6.1. Uji Validitas.....	44
3.2.6.2. Metode <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	45

3.2.6.3. Uji Realibilitas..	46
3.2.7. Metode Analisis Data.....	47
3.2.8. Model Penelitian.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	50
4.1.1. Profil Responden dan Analisis	50
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	50
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk.....	51
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumen per Bulan.....	52
4.1.2. Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Trust</i> Produk.....	53
4.1.2.1. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....	53
4.1.2.2. Skor Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen Terhadap Pepsodent.....	54
4.1.2.3. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Merek yang Tidak Pernah Mengecewakan Konsumen.....	55
4.1.2.4. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Menjamin Kepuasan Konsumen.....	56

4.1.2.5. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Jujur dan Tulus dalam Menyelesaikan Masalah Konsumen.....	57
4.1.2.6. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Berusaha Sekuat Tenaga Untuk Memuaskan Konsumen.....	58
4.1.2.7. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Memberikan Ganti Rugi Kepada Konsumen Apabila Terdapat Masalah dengan Produk Tersebut.....	59
4.1.3. Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Konsumen Produk.....	60
4.1.3.1. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Pilihan Terbaik Buat Konsumen.....	60
4.1.3.2. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Sebagai Pelanggan Setia Pepsodent.....	61
4.1.3.3. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Berkomitmen pada Pepsodent.....	62
4.1.3.4. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Membayar Lebih Tinggi untuk Pepsodent daripada Produk Lain.....	63
4.1.3.5. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Pilihan Pertama Ketika Akan Membeli Pasta Gigi.....	64
4.1.3.6. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Tidak Beralih ke Pesaing Apabila Ada Masalah pada Pepsodent.....	65

4.1.3.7. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Akan Membeli Pepsodent Dimasa yang Akan Datang.....	66
4.2. Pembahasan.....	67
4.2.1. Analisis Tanggapan Responden Tentang <i>Brand Trust</i> Produk.....	67
4.2.1.1. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....	67
4.2.1.2. Analisa Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen Terhadap Pepsodent.....	67
4.2.1.3. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Merek yang Tidak Pernah Mengecewakan Konsumen.....	67
4.2.1.4. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Menjamin Kepuasan Konsumen.....	68
4.2.1.5. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Jujur dan Tulus dalam Menyelesaikan Masalah Konsumen.....	68
4.2.1.6. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Berusaha Sekuat Tenaga Untuk Memuaskan Konsumen.....	68
4.2.1.7. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Merek yang Memberikan Ganti Rugi Kepada Konsumen	

Apabila Terdapat Masalah dengan Produk Tersebut.....	69
4.2.2. Analisa Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Konsumen Produk.....	69
4.2.2.1. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent adalah Pilihan Terbaik Buat Konsumen.....	69
4.2.2.2. Analisa Jawaban Responden Mengenai Konsumen Sebagai Pelanggan Setia Pepsodent.....	69
4.2.2.3. Analisa Jawaban Responden Mengenai Konsumen Berkomitmen pada Pepsodent.....	70
4.2.2.4. Analisa Jawaban Responden Mengenai Konsumen Membayar Lebih Tinggi untuk Pepsodent daripada Produk Lain.....	70
4.2.2.5. Analisa Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Pilihan Pertama Ketika Akan Membeli Pasta Gigi.....	70
4.2.2.6. Analisa Jawaban Responden Mengenai Konsumen Tidak Beralih ke Pesaing Apabila Ada Masalah pada Pepsodent.....	71
4.2.2.7. Analisa Jawaban Responden Mengenai Konsumen Akan Membeli Pepsodent Dimasa yang Akan Datang.....	71
4.2.3. Analisis Hasil Uji Validitas.....	72
4.2.4. Analisis Hasil Uji Reliabilitas.....	74
4.2.5. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis.....	75
4.2.5.1. Analisis Regresi.....	75

4.2.5.2. Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
---	----

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	85
5.2. Implikasi Manajerial.....	85
5.3. Kelemahan Penelitian.....	86
5.4.Saran.....	87

DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
---------------------	------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk Pasta Gigi Pepsodent.....	51
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumen per Bulan.....	52
Tabel 4.4. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Sesuai Dengan Harapan Konsumen.....	53
Tabel 4.5. Skor Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen Terhadap Pepsodent.....	54
Tabel 4.6. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Tidak pernah Mengecewakan Konsumen.....	55
Tabel 4.7. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Menjamin Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 4.8. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Jujur dan Tulus dalam Menyelesaikan Masalah Konsumen.....	57
Tabel 4.9. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Berusaha Sekuat Tenaga Untuk Memuaskan Konsumen.....	58

Tabel 4.10. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Merek yang Memberikan Ganti Rugi Kepada Konsumen Apabila Terdapat Masalah dengan Produk Tersebut.....	59
Tabel 4.11. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Adalah Pilihan Terbaik Buat Konsumen.....	60
Tabel 4.12. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Sebagai Pelanggan Setia Pepsodent.....	61
Tabel 4.13. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Berkomitmen pada Pepsodent.....	62
Tabel 4.14. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Membayar Lebih Tinggi untuk Pepsodent daripada Produk Lain.....	63
Tabel 4.15. Skor Jawaban Responden Mengenai Pepsodent Sebagai Pilihan Pertama Ketika Akan Mmembeli Pasta Gigi.....	64
Tabel 4.16. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Tidak Beralih ke Pesaing Apabila Ada Masalah pada Pepsodent.....	65
Tabel 4.17. Skor Jawaban Responden Mengenai Konsumen Akan Membeli Pepsodent Dimasa yang Akan Datang.....	66
Tabel 4.18. KMO dan Bartlett's Test.....	72
Tabel 4.19. Hasil Uji Validitas.....	73
Tabel 4.20. Hasil Uji Reliabilitas.....	74

Tabel 4.21. ANOVA.....	75
Tabel 4.22. Hasil Regresi <i>Brand Trust</i> pada <i>Brand Commitment</i>	77
Tabel 4.23. Hasil Adjusted R Square.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Uji Regresi Sederhana
- Lampiran 4 Hasil Karakteristik Responden