

ABSTRAK

Bagi perusahaan, *Brand Characteristic* dan *company Characteristic* memiliki manfaat yang saling berkaitan dengan kepercayaan merek meliputi diramalkan, mempunyai reputasi, dan kompeten. Dengan ini penelitian adalah merek handphone Sony ericsson . Sampel yang digunakan adalah orang-orang yang menggunakan handphone Sony Ericsson dan tidak berganti ke merek lain. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi berganda dengan bantuan program SPSS versi 11.5 . Instrumen penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian (Riana, 2008). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, menunjukkan *brand characteristic* dan *company characteristic* berpengaruh pada *brand loyalty* sebesar 30.4% sedangkan *consumer-brand characteristic* tidak berpengaruh pada *brand loyalty*.

Kata Kunci : Brand Loyalty, Brand Characteristic, Company Characteristic, dan Consumer-Brand Characteristic.

ABSTRACT

For the company, brand characteristic and company characteristic has relation between benefit with brand image include prediction, reputation, and competent. This research using Handphone Sony Ericsson as the sample and not change to other brand. Double regression method with help by SPSS version 11.5 program is the data analysis method that in use. Instrument of this research constitute adopted from Riana's research (2008). Based on the test of this thesis, indicated brand characteristic and company characteristic has effect to brand loyalty 30.4% meanwhile consumer-brand characteristic didn't has effect to brand loyalty.

Keywords : Brand Loyalty, Brand Characteristic, Company Characteristic, and Consumer- Brand Characteristic.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 . Latar Belakang.....	1
1.2 . Identifikasi Masalah.....	5
1.3 . Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 . Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 . Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.6 . Rerangka Pemikiran.....	7
1.7 . Sistematika Penulisan.....	8

BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

2.1. Definisi Merek.....	10
2.1.1. Fungsi Merek.....	15
2.1.2. Manfaat Merek.....	16

2.2. Manajemen Merek.....	18
2.2.1. <i>Brand Loyalty</i> (Kesetiaan Merek).....	19
2.2.2. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	20
2.2.3. <i>Perceived Quality</i> (Kesan Kualitas).....	21
2.2.4. <i>Brand Associations</i> (Asosiasi Merek).....	21
2.3. <i>Brand Relationship</i>	22
2.4. <i>Brand Trust</i>	22
2.5. <i>Brand Loyalty</i>	25
2.6. <i>Brand Characteristic, Company Characteristic, dan Consumer-Brand Characteristic</i>	26
2.7 .Model Penelitian.....	30

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Populasi dan Sampel penelitian.....	32
3.3. Metode Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5. Uji Pendahuluan.....	35
3.5.1. Uji Outlier.....	35
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.2.1. Uji Multikolineritas.....	38
3.5.2.2. Uji Heterokedastisitas.....	40
3.5.2.3. Uji Normalitas.....	41

3.5.2.4. Uji validitas dan Hasil Uji.....	43
3.5.2.5. Uji reliabilitas dan Hasil Uji.....	46
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel.....	48
3.7. Metode Analisis Data.....	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden.....	55
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Income.....	57
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Handphone Sony Ericsson.....	58
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Memiliki Handphone Sony Ericsson.....	59
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Change Handphone Sony Ericsson.....	61
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Peasing Handphone Sony Ericsson.....	62
4.2. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	62
4.2.1. Analisis Regresi Berganda dan Hasil Uji.....	63
4.3. Pembahasan hasil Penelitian.....	67
4.4. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	72

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	74
5.2. Implikasi Manajerial.....	74
5.3.Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Data Outlier.....	37
Tabel 3.2	Data Bebas Outlier.....	37
Tabel 3.3	Uji Multikolineritas.....	39
Tabel 3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	40
Tabel 3.5	Uji Normalitas.....	42
Tabel 3.6	Uji Validitas Korelasi.....	44
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha).....	48
Tabel 3.8	Definisi Operasional.....	49
Tabel 4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Income.....	57
Tabel 4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Memiliki Handphone Sony Ericsson.....	58
Tabel 4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Memiliki Handphone Sony ericsson.....	59
Tabel 4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Change Handphone Sony Ericsson.....	61
Tabel 4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Peasing Hnadphone	

	Sony Ericsson.....	62
Tabel 4.7	Hipotesis 1 (Anova).....	63
Tabel 4.8	Hipotesis 1 (Coefficients).....	64
Tabel 4.9	Hipotesis 1 (Model Summary).....	66
Tabel 4.10	Analisis Regresi secara Parsial.....	66
Tabel 4.11	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerangka Pemikiran.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Uji Asumsi Klasik
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4	Karakteristik Responden
Lampiran 5	Uji Regresi
Lampiran 6	Jurnal Penelitian