

## ABSTRAK

Merek yang kuat tidak selalu menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap merek tersebut dalam jangka panjang. Ini terjadi jika merek menjadi kategori produk dan bukan menjadi identitas produk secara individual. Salah satu elemen yang mulai dipercaya sebagai pembentuk loyalitas merek adalah *trust in a brand*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *trust in a brand* terhadap *brand loyalty* pada konsumen kartu prabayar XL. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis mengambil sampel sebanyak 200 orang responden pengguna kartu prabayar XL di Salatiga. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, sedangkan pengumpulan data sekunder dengan cara penelusuran literatur. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS V 11.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *trust in a brand* yang meliputi *brand characteristic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* kartu prabayar XL di Salatiga. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *brand characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0.085, *company characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0.163 dan *consumer-brand characteristic* mempunyai pengaruh sebesar 0.278.

Kata kunci : *trust in a brand*, *brand loyalty*

## DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran .....	8
1.6. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .....	<b>11</b>
2.1. Pemasaran .....	11
2.2. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	12
2.3. Produk .....	13
2.4. Merek ( <i>Brand</i> ) .....	16
2.5. Kepercayaan terhadap Merek ( <i>Trust in Brand</i> ) .....	18
2.6. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	20
2.7. Pengaruh <i>Trust In Brand</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	27
2.8. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
3.1. Desain Penelitian .....	30
3.2. Operasional Variabel .....	30
3.3. Gambaran Populasi dan Sampel .....	32
3.4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.5. Metode Analisis Data .....	34
<b>BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>39</b>
4.1. Profil Responden .....	39
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian .....	43
4.3. Uji Asumsi Klasik Regresi Berganda .....	44
4.4. Pengujian Hipotesis.....	48
4.5. Implikasi Manajerial .....	53

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	55
5.1. Kesimpulan .....	55
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	56
5.3. Penelitian Mendatang .....	56

**Daftar Pustaka**

**Lampiran**

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran .....	9
Gambar 2.1. Tiga Tingkat Mutu .....	14
Gambar 2.2. Piramida Loyalitas Merek .....	26
Gambar 2.3. Piramida Loyalitas Terbalik .....	27

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Variabel dan Pengukuran Variabel .....	31
Tabel 4.1. Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	41
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	42
Tabel 4.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	43
Tabel 4.7. Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.8. Uji Multikolinearitas .....	45
Tabel 4.9. Uji Heteroskedastisitas .....	47
Tabel 4.10. Uji Durbin Watson .....	47
Tabel 4.11. Hasil Uji t .....	48
Tabel 4.12. Nilai Koefisien Regresi Variabel Bebas .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Profil Responden
- Lampiran 3. Data Hasil Penelitian
- Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Hasil Uji Regresi Berganda, Normalitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Uji Multikolinearitas dan Autokorelasi
- Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas