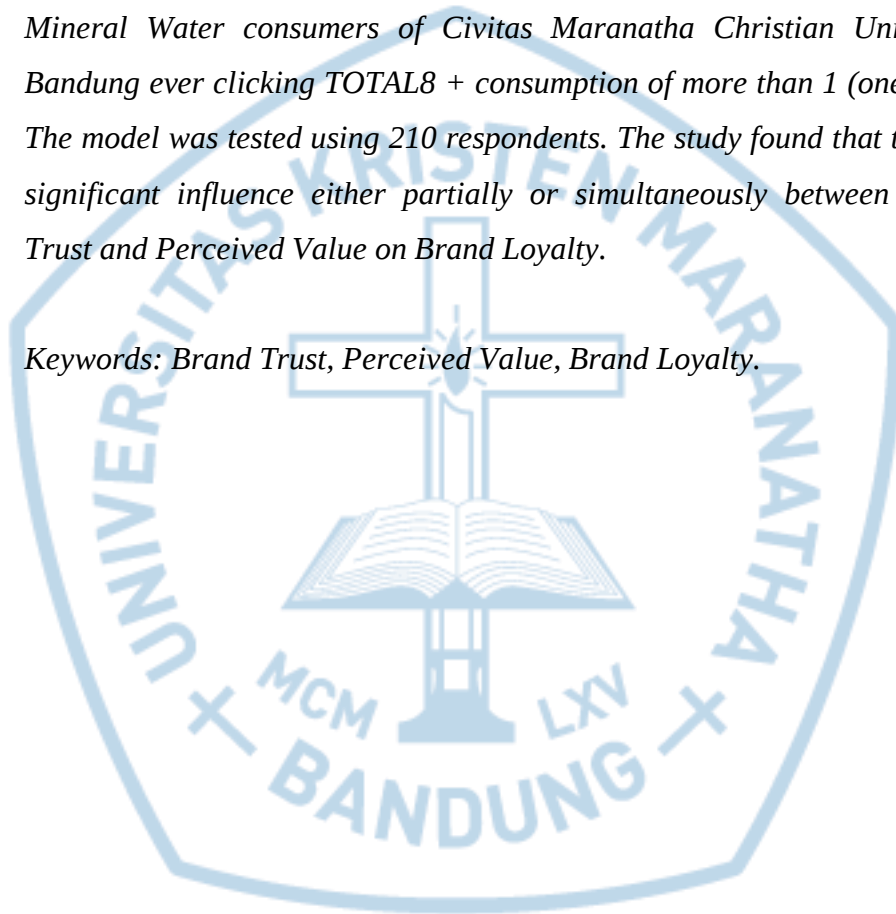


ABSTRACT

Consumer behavior particularly brand loyalty is an important aspect important aspect of interest for research. This research aims to test and analyze the effect of simultaneous and partial Brand Trust and Perceived Value on Brand Loyalty. Samples in this study is an Alkaline TOTAL8+ Mineral Water consumers of Civitas Maranatha Christian University Bandung ever clicking TOTAL8 + consumption of more than 1 (one) time. The model was tested using 210 respondents. The study found that there is significant influence either partially or simultaneously between Brand Trust and Perceived Value on Brand Loyalty.

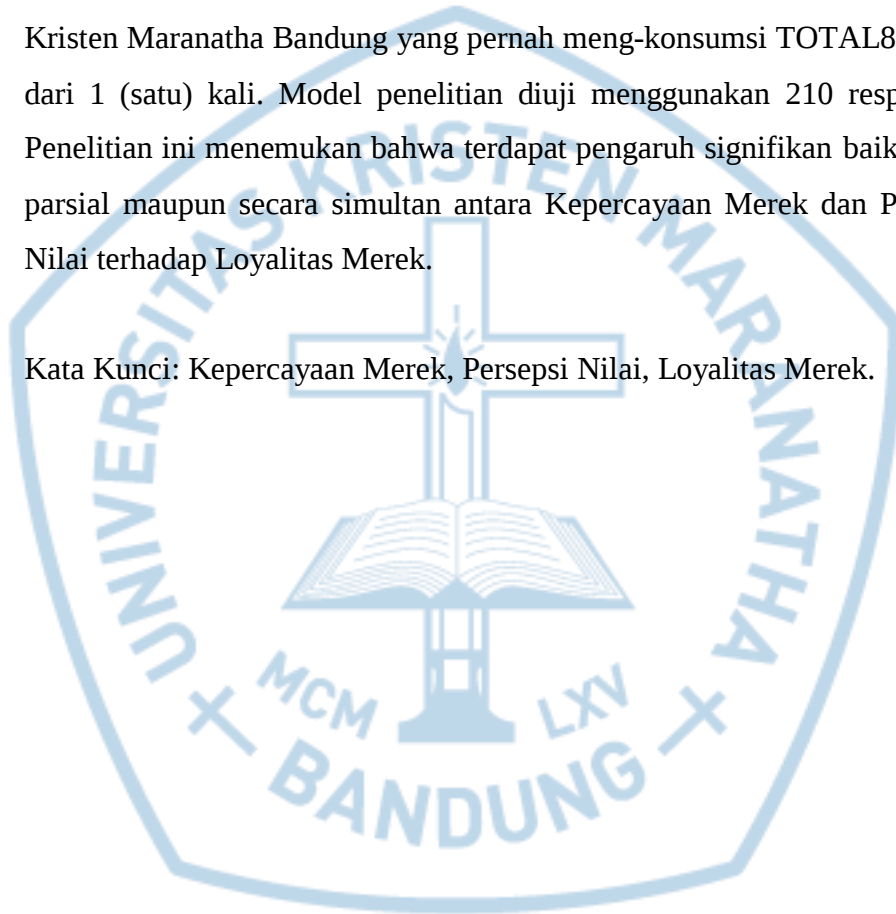
Keywords: Brand Trust, Perceived Value, Brand Loyalty.



ABSTRAK

Perilaku konsumen terutama loyalitas merek adalah aspek penting yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh simultan dan parsial Kepercayaan Merek dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Merek. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Air Mineral Alkalin TOTAL8+ di Civitas Universitas Kristen Maranatha Bandung yang pernah meng-konsumsi TOTAL8+ lebih dari 1 (satu) kali. Model penelitian diuji menggunakan 210 responden. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan antara Kepercayaan Merek dan Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Merek.

Kata Kunci: Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, Loyalitas Merek.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8

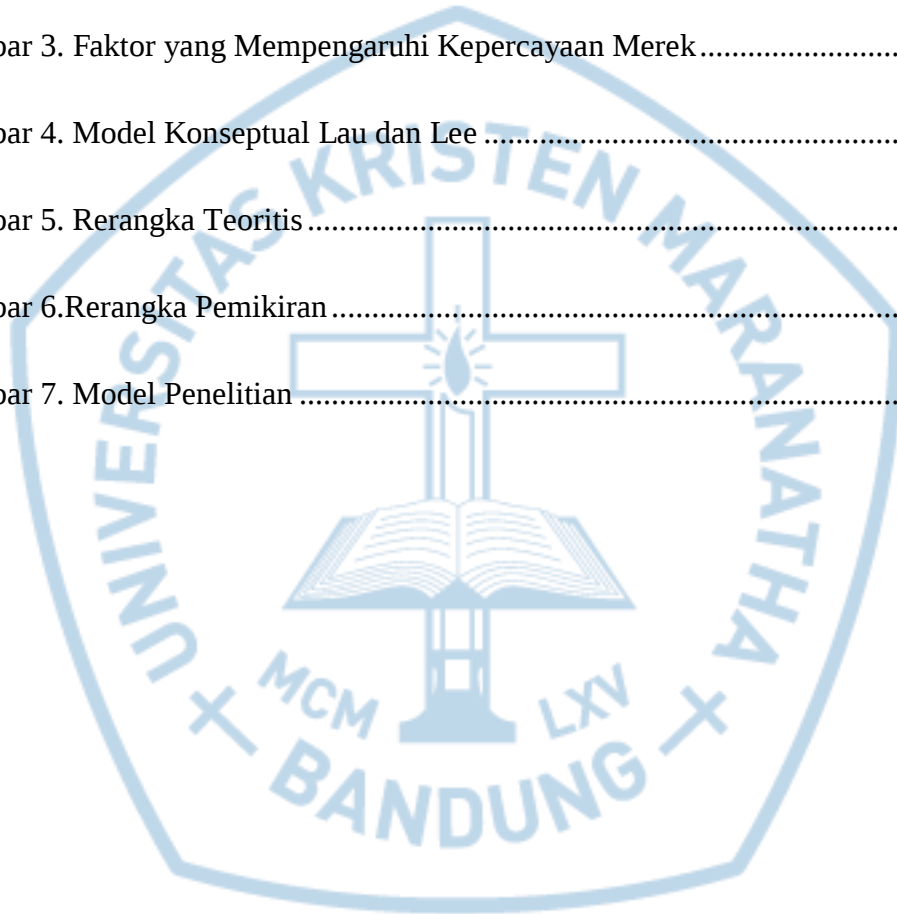
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN & PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	
2.1. Pemasaran.....	10
2.2. Bauran Pemasaran	11
2.3. Teori Perilaku & Konsumen.....	12
2.3.1. Perilaku	12
2.3.2. Konsumen	14
2.3.3. Perilaku Konsumen	15
2.3.4. Model Perilaku Konsumen.....	20
2.4. Customer Based Brand Equity (CBBE)	21
2.5. Merek.....	24
2.5.1. Kepercayaan Merek.....	27
2.6. Persepsi Nilai.....	36
2.7. Loyalitas Merek.....	38
2.8. Riset Empiris	42
2.9. Rerangka Teoritis	45
2.10. Rerangka Pemikiran	46
2.11. Pengembangan Hipotesis.....	47
2.12. Model Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49

3.1. Jenis Penelitian	49
3.2. Populasi dan Sampel.....	49
3.2.1. Teknik Pengambilan Sampel	50
3.2.2. Ukuran Sampel	51
3.3. Definisi Operasional Variabel (DOV)	52
3.4. Teknik Pengumpulan Data	55
3.5. Uji Pendahuluan	57
3.5.1. Uji Instrumen Penelitian.....	57
1. Validitas	57
2. Reliabilitas.....	58
3.5.2. Uji Asumsi Klasik (Uji Data)	59
a. Uji Normalitas	59
b. Uji Multikolinearitas	60
c. Uji Heterokedastisitas.....	61
3.6. Uji Regresi	62
BAB IV HASIL PENELITIAN	64
4.1. Profil Responden	64
4.2. Dekriptif Item Pertanyaan	66
4.3. Hasil Pengujian Validitas	69
4.4. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	71
4.5. Hasil Pengujian Normalitas	73

4.6. Hasil Pengujian Multikolinearitas	74
4.7. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	75
4.8. Uji Hipotesis	75
4.8.1. Korelasi dan Koefisien Determinasi	78
4.9. Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
5.1. Simpulan	81
5.2. Implikasi Manajerial	82
5.3. Keterbatasan Penelitian	82
5.4. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE)	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Perilaku Konsumen.....	21
Gambar 2. Customer Based Brand Equity (CBBE Pyramid Model).....	22
Gambar 3. Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	30
Gambar 4. Model Konseptual Lau dan Lee	41
Gambar 5. Rerangka Teoritis	45
Gambar 6. Rerangka Pemikiran	46
Gambar 7. Model Penelitian	48



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I. Riset Empiris	42
Tabel II. Definisi Operasional Variabel (DOV).....	52
Tabel III. Skala Likert	56
Tabel IV. Nilai <i>alpha cronbach's</i>	59
Tabel V. Jenis Kelamin Responden	64
Tabel VI. Usia Responden	65
Tabel VII. Deskriptif Item Pertanyaan Kepercayaan Merek	66
Tabel VIII. Deskriptif Item Pertanyaan Persepsi Nilai	67
Tabel IX. Deskriptif Item Pertanyaan Loyalitas Merek.....	68
Tabel X. Hasil Pengujian Validitas.....	69
Tabel XI. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	72
Tabel XII. Hasil Pengujian Normalitas.....	73
Tabel XIII. Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	74
Tabel XIV. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	75
Tabel XV. Hasil Uji Regresi Simultan (ANOVA).....	76
Tabel XVI. Hasil Uji Regresi Parsial.....	77
Tabel XVII. Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Lembar Kuesionerxvii

Lampiran 2. Hasil Pengolahan SPSSxxi

