

ABSTRACT

This research's purpose is to identify the effect of the brand trust through their brand loyalty on Starbucks PVJ Bandung. The sample that is taken uses purposive sampling method. The sample that is used in this research comes from some of the customer in Starbucks PVJ Bandung. Research methods for testing the hypothesis using influence relationship patterns. Instruments questionnaires were used from 80 respondents. General linear regression is applied in this research as data analyze. The result of the research shows that there is positive effect from the brand trust to brand loyalty in Starbucks PVJ Bandung by 5.5%.

Key words: brand trust, brand loyalty



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek (*brand trust*) terhadap loyalitas merek (*brand loyalty*) pada Starbucks PVJ Bandung. Sampel yang diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun yang menjadi sampel dari penelitian ini yaitu beberapa konsumen dari Starbucks PVJ Bandung. Metode riset untuk pengujian hipotesis menggunakan pola hubungan pengaruh. Mengoperasionalisasikan variable dengan instrumen kuesioner sebanyak 80 responden. Model regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dari kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada Starbucks PVJ Bandung sebesar 5.5%.

Kata kunci: kepercayaan merek, loyalitas merek



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN

KATA PENGANTAR	i
-----------------------------	---

ABSTRACT	iii
-----------------------	-----

ABSTRAK	iv
----------------------	----

DAFTAR ISI.....	v
------------------------	---

DAFTAR GAMBAR.....	ix
---------------------------	----

DAFTAR TABEL.....	x
--------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
-----------------------------	-----

BAB I PENDAHULUAN	1
--------------------------------	---

1.1 Latar Belakang	1
--------------------------	---

1.2 Perumusan Masalah	4
-----------------------------	---

1.3 Tujuan Penelitian	4
-----------------------------	---

1.4 Manfaat Penelitian	4
------------------------------	---

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	7
2.1.4. Produk	9
2.1.5. Merek	10
2.1.6. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	11
2.1.7. Ekuitas Merek	15
2.1.8. Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	16
2.1.8.1. Jenis <i>Brand Loyalty</i>	20
2.1.8.2. Ukuran Loyalitas Merek	22
2.2. Rerangka Teori.....	26
2.3. Rerangka Pemikiran	27
2.4. Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1. Data Penelitian Terdahulu.....	28
2.4.2. Model Penelitian	29
2.4.3. Hipotesis.....	29

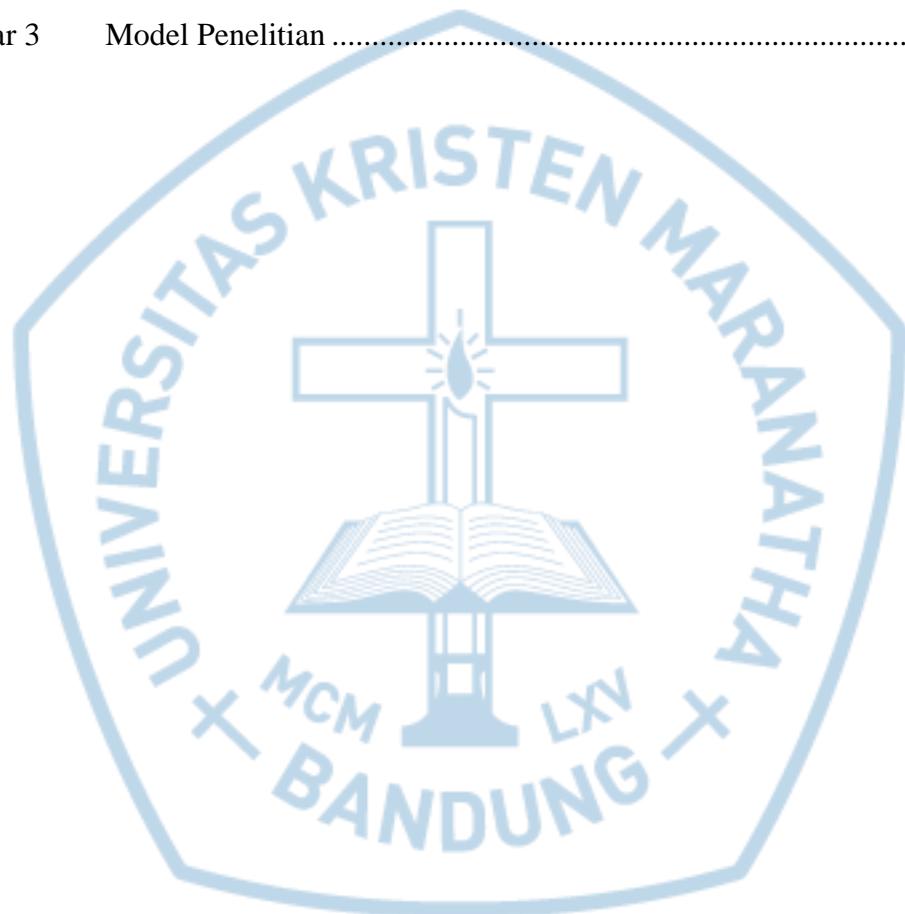
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Objek Penelitian.....	31
3.2. Jenis Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.3.2. Penentuan Jumlah Sampel.....	32
3.3.3. Skala Pengukuran.....	32
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6. Uji Instrumen	35
3.6.1. Uji Validitas	35
3.6.2. Uji Reliabilitas	36
3.7. Teknik Analisis Data.....	37
3.7.1. Uji Regresi	37
3.7.2. Koefisien Determinasi.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Karakteristik Responden	39
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	40

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	41
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Responden	41
4.1.6. Frekuensi Kunjungan ke Starbucks PVJ Bandung	42
4.2. Uji Instrumen	42
4.2.1. Uji Validitas	42
4.2.2. Reliabilitas.....	45
4.3. Teknik Analisis Data.....	47
4.3.1. Uji Regresi	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran.....	51
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	56
RIWAYAT HIDUP PENULIS	69

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1	Rerangka Teori.....	26
Gambar 2	Rerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3	Model Penelitian	29



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Penelitian Terdahulu
Tabel II	Definisi Operasional Variabel.....
Tabel III	Jenis Kelamin Responden
Tabel IV	Usia Responden.....
Tabel V	Profesi Responden
Tabel VI	Domisili Responden.....
Tabel VII	Jumlah Pendapatan atau Uang Saku Responden.....
Tabel VIII	Jumlah Frekuensi Kunjungan Responden ke Starbucks PVJ Bandung
Tabel IX	KMO and Bartlett's Test Awal.....
Tabel X	Rotated Component Matrix ^a Awal.....
Tabel XI	KMO and Bartlett's Test Akhir
Tabel XII	Rotated Component Matrix ^a Akhir
Tabel XIII	Reliability Statistics BT
Tabel XIV	Item-Total Statistics BT
Tabel XV	Reliability Statistics BL

Tabel XVI	Item-Total Statistics BL	47
Tabel XVII	Coefficients ^a	48
Tabel XVIII	ANOVA ^a	49
Tabel XIX	Model Summary ^b	50



DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran A	Tabulasi.....	57
Lampiran B	Kuisisioner	59
Lampiran C	Deskriptif.....	62
Lampiran D	Validitas	64
Lampiran E	Reliabilitas.....	66
Lampiran F	Regresi.....	68

