

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of trust in a brand that consists of characteristic brand, company characteristic and consumer-brand characteristic of brand loyalty in consumers Indomaret Surya Sumantri at Maranatha Christian University Bandung. The results based on partial and simultaneous test based on a trust in a brand variables have a significant effect on brand loyalty. Result shows that there is a partial show that there is a positive effect between Company Characteristic (BC) on Brand Loyalty (BL) because value of sig (p value) $< \alpha = 0.059 \leq 0.1$. While the results of research simultaneously/together Brand Characteristic (BC), Company Characteristic (CC) and the Consumer-Brand Characteristic on Brand Loyalty (BL) of 20% and the remaining 80% is influenced other factors such as the price of the product, service quality and promotion.

Keywords : *trust in a brand and brand loyalty.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust in a brand* yang terdiri dari *brand characteristic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* pada konsumen Indomaret Surya Sumantri di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Hasil penelitian berdasarkan uji secara parsial dan simultan berdasarkan variabel *trust in a brand* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Company Characteristic (CC)* terhadap *Brand Loyalty (BL)* karena nilai sig (p value) $< \alpha = 0.059 \leq 0.1$. Sedangkan hasil penelitian secara simultan/bersama-sama *Brand Characteristic (BC)*, *Company Characteristic (CC)* dan *Consumer-Brand Characteristic* terhadap *Brand Loyalty (BL)* sebesar 20% dan sisanya sebesar 80% dipengaruhi faktor lain seperti harga dari produk, kualitas layanan, promosi.

Kata kunci : *trust in a brand* dan *brand loyalty*.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Bauran Pemasaran.....	7
2.1.2 Produk	7
2.1.3 <i>Brand</i>	10
2.1.4 <i>Customer-Based Brand Equity (CBBE)</i>	12
2.1.5 <i>Trust In A Brand</i>	16
2.1.5.1 <i>Brand characteristic</i>	16
2.1.5.2 <i>Company characteristic</i>	17
2.1.5.3 <i>Consumer-brand characteristic</i>	17
2.1.6 <i>Brand Loyalty</i>	17
2.1.7 Kerangka Teoritis.....	19
2.2 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3 Pembahasan Jurnal dan Pengembangan Hipotesis	21
2.3.1 Pembahasan Jurnal	21
2.3.2 Pengembangan Hipotesis	26
2.4 Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sumber Data.....	28
3.3 Teknik Pengambilan Data.....	29

3.4 Teknik Pengumpulan Sampel	29
3.5 Populasi dan Sampel	30
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skalan	31
3.7 Uji Instrumen	36
3.7.1 Uji Validitas	36
3.7.2 Uji Reliabilitas	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	36
3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda	38
3.8 Uji Determinasi	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Responden	40
4.2 Profil Responden	40
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	42
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Indomaret Surya Sumantri dalam 1 Bulan Terakhir	43
4.3 Tanggapan Responden Variabel X (<i>Brand Characteristic</i>)	44
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic</i> 1	44
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic</i> 2	45
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic</i> 3	46
4.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic</i> 4	47

4.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 5</i>	48
4.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 6</i>	49
4.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 7</i>	50
4.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 8</i>	51
4.3.9	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 9</i>	52
4.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Characteristic 10</i>	53
4.3.11	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Company Characteristic 1</i>	54
4.3.12	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Company Characteristic 2</i>	55
4.3.13	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Company Characteristic 3</i>	56
4.3.14	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Company Characteristic 4</i>	57
4.3.15	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Consumer-Brand Characteristic 1</i>	58
4.3.16	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Consumer-Brand Characteristic 2</i>	59
4.3.17	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Consumer-Brand Characteristic 3</i>	60
4.3.18	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Loyalty 1</i>	61
4.3.19	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Loyalty 2</i>	62
4.3.20	Tanggapan Responden Mengenai Pertanyaan <i>Brand Loyalty 3</i>	63
4.4	Hasil Uji Instrumen	64
4.4.1	Uji Validitas	64
4.4.2	Uji Reliabilitas	69
4.5	Uji Asumsi Klasik	72
4.5.1	Uji Normalitas	73
4.5.3	Uji Multikolinearitas	74

4.5.3 Uji Heterokedastisitas	75
4.6 Uji Hipotesis.....	76
4.6.1 Uji Secara Parsial	76
4.6.1.1 Hasil Analisis <i>Brand Characteristic</i>	77
4.6.1.1.1 Hasil Uji Hipotesis <i>Brand Characteristic</i>	77
4.6.1.2 Hasil Analisis <i>Company Characteristic</i>	78
4.6.1.2.1 Hasil Uji Hipotesis <i>Company Characteristic</i>	78
4.6.1.3 Hasil Analisis <i>Consumer-Brand Characteristic</i>	79
4.6.1.3.1 Hasil Uji Hipotesis <i>Consumer-Brand Characteristic</i>	79
4.6.1.3.2 Persamaan Regresi	80
4.6.1.3.3 Koefisien Determinasi.....	81
4.6.2 Uji Secara Simultan.....	82
4.6.3 Persamaan Regresi Linier Berganda	82
4.6.3 Koefisien Determinasi.....	83
4.7 Pembahasan Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	88
5.3 Implikasi Manajerial	89
5.4 Keterbatasan Penelitian dan Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	42
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Indomaret Surya Sumantri dalam 1 Bulan terakhir	43
Tabel 4.5 Indomaret mempunyai reputasi yang tinggi.....	44
Tabel 4.6 Saya dapat mengenal Indomaret	45
Tabel 4.7 Indomaret menjadi toko ritel andalan bagi saya	46
Tabel 4.8 Indomaret merupakan toko ritel yang baik di masyarakat.....	47
Tabel 4.9 Konsumen mengenal toko ritel Indomaret.....	48
Tabel 4.10 Indomaret konsisten dengan kualitasnya	49
Tabel 4.11 Indomaret selalu menjaga kualitasnya	50
Tabel 4.12 Indomaret berbeda dengan toko ritel lain	51
Tabel 4.13 Kualitas Indomaret lebih baik daripada toko ritel lain.....	52
Tabel 4.14 Indomaret selalu memenuhi kebutuhan saya	53
Tabel 4.15 Saya percaya kepada perusahaan Indomaret.....	54
Tabel 4.16 Perusahaan Indomaret tidak akan menipu konsumennya	55
Tabel 4.17 Perusahaan Indomaret selalu memperhatikan konsumennya.....	56
Tabel 4.18 Saya yakin terhadap perusahaan Indomaret.....	57
Tabel 4.19 Indomaret sesuai dengan harapan saya	58

Tabel 4.20 Indomaret merupakan toko ritel favorit saya	59
Tabel 4.21 Toko Indomaret menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan saya	60
Tabel 4.22 Selalu ingin membeli produk di Indomaret.....	61
Tabel 4.23 Saya akan merekomendasikan Indomaret kepada teman.....	62
Tabel 4.24 Saya bersedia membeli produk lebih mahal di Indomaret daripada di toko lain.....	63
Tabel 4.25 Uji Validitas BC.....	64
Tabel 4.26 Uji Validitas CC.....	66
Tabel 4.27 Uji Validitas CBC.....	67
Tabel 4.28 Uji Validitas BL.....	68
Tabel 4.29 <i>Reliability Statistics</i>	69
Tabel 4.30 Uji Reliabilitas BC.....	69
Tabel 4.31 <i>Reliability Statistics</i>	70
Tabel 4.32 Uji Reliabilitas CC.....	70
Tabel 4.33 <i>Reliability Statistics</i>	71
Tabel 4.34 Uji Reliabilitas CBC.....	71
Tabel 4.35 <i>Reliability Statistics</i>	71
Tabel 4.36 Uji Reliabilitas BL.....	72
Tabel 4.37 Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.38 Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.39 Uji Heterokedastisitas.....	75
Tabel 4.40 Uji Hipotesis.....	76
Tabel 4.41 <i>Correlations</i>	77

Tabel 4.42 Tabel ANOVA 82

Tabel 4.43 Uji Koefisien Determinasi 83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 CBBE Pyramid.....	14
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Teoritis.....	19
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 2.3 Model Penelitian	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Hasil Uji Deskriptif	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	98
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis.....	118

