

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besarnya pengaruh Evaluasi Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek. Jenis penelitian ini difokuskan menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian *causal explanatory*. Populasi dalam penelitian ini yaitu 2200 Mahasiswa aktif fakultas Ekonomi. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode kuisioner dengan Menyebarkan kuisioner melalui *Google Form*. hasil uji statistik Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa nilai R Square 76%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Evaluasi Merek, Kepuasan Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyaitas Merek, sedangkan 34% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menabah factor lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas Merek, seperti Iklan, Promosi, Citra Merek dan Penanganan Keluhan Konsumen. Peneliti juga bias melakukan cara lain dalam meneliti Loyalitas Merek dengan cara wawancara terhadap konsumen sehingga data informasi yang di dapat jauh lebih bervariasi.

Kata-kata kunci: Evaluasi Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Brand Evaluation, Brand Satisfaction, Brand Trust on Brand Loyalty. This type of research is focused on using quantitative methods with this type of causal explanatory research. The population in this study were 2200 active students of the Faculty of Economics. The sampling technique uses a questionnaire method. Spread out questionnaires via Google Form. The result of the coefficient of determination statistical test shows that the R Square value is 76%. So it can be concluded that the variables Brand Evaluation, Brand Satisfaction, and Brand Trust in Brand Loyaitas, while 34% is influenced by other variables that are not examined. For further researchers, it is hoped that this research can develop by adding other factors that can affect brand loyalty, such as advertising, promotion, brand image and handling of consumer complaints. Researchers are also biased in other ways in examining Brand Loyalty by interviewing consumers so that the information data obtained is much more varied.

Key words: Brand Evaluation, Brand Satisfaction, Brand Trust, Brand Loyalty



Daftar Isi

	Halaman
COVER (BAHASA INDONESIA)	i
COVER (BAHASA INGGRIS).....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.1.2 Strategi Pemasaran	12
2.1.1.3 Bauran Pemasaran	14
2.1.1.3.1 Pengertian Dan Pentingnya Bauran Pemasaran	14
2.1.1.3.2 Variabel-Variabel Bauran Pemasaran.....	16
2.1.2 Produk.....	18
2.1.2.1 Pengertian Produk	18
2.1.2.2 Daur Hidup Produk.....	19
2.1.2.3 Tingkatan Produk	20

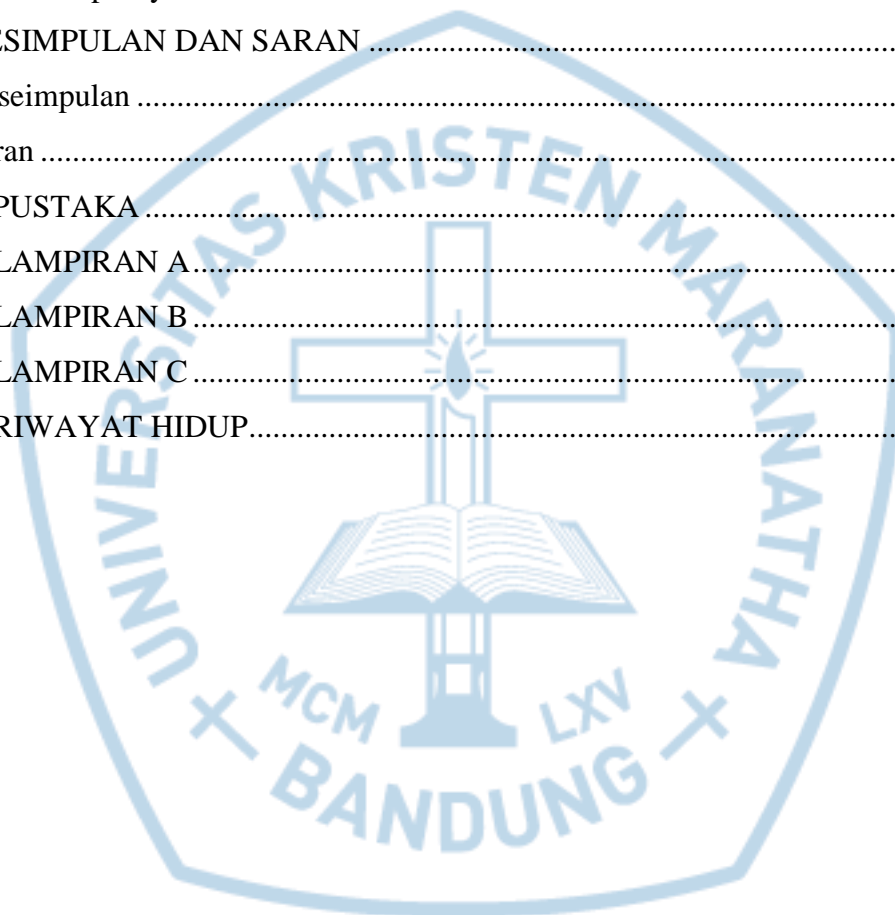
2.1.2.4	Klasifikasi Produk	22
2.1.2.5	Hirarki Produk	26
2.2	Merek.....	27
2.2.1	Pengertian Merek.....	27
2.2.2	Manfaat Merek.....	28
2.2.3	Hambatan dalam Upaya Membangun Merek	30
2.2.4	Evaluasi merek.....	31
2.2.5	Kepercayaan Merek	32
2.2.6	Kepuasan Merek	35
2.2.7	Loyalitas Merek	36
2.3	Kerangka Teoritis	46
2.4	Rerangka Pemikiran	46
2.5	Model Pemikiran	50
2.6	Hipotesis	50
2.7	Uji Hipotesis	51
BAB III Metodologi Penelitian.....		53
3.1	Jenis Penelitian	53
3.2	Populasi dan Sampel.....	54
3.2.1	Populasi.....	54
3.2.2	Sampel	55
3.3	Difinisi Oprasional Variabel dan skala pengukuran.....	55
3.4	Teknik Pengumpulan Sampel.....	63
3.5	Teknik Pengumpulan data	63
3.6	Uji Instrumen.....	65
3.6.1	Uji Validitas.....	65
3.6.2	Uji Reabilitas	66
3.7	Uji Asumsi Klasik	66
3.7.1	Uji Normalitas.....	66
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	67
3.7.3	Uji Heterokedastisitas	67
3.7.4	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	68
3.7.5	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	69

3.8 Teknik Pengumpulan Data	70
3.8.1 Wawancara.....	70
3.8.2 Kuesioner	71
3.8.3 Observasi	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1. Analisis pengaruh pengaruh Evaluasi Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek pada Loyalitas Merek Secara Simultan.....	73
4.1.1 Analisis Responden.....	73
4.1.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.1.2.1 Data Responden Usia	74
4.1.2.2 Data Responden Pendidikan Terakhir	75
4.1.2.3 Data Responden Jenis Kelamin.....	76
4.1.2.4 Responden Pendapatan.....	77
4.1.2.5 Data Responden Status	78
4.1.2.6 Data Responden Daerah Tempat Tinggal.....	78
4.2 Hasil Penelitian.....	79
4.2.1 Hasil Penelitian Per Variabel.....	79
4.2.1.1 Hasil Responden Produk ini baik	79
4.2.1.2 Hasil Responden Produk ini mengikuti perkembangan zaman.....	80
4.2.1.3 Hasil Responden Produk ini lebih baik dari pada produk pesaing	81
4.2.1.4 Hasil Responden Produk ini berguna	82
4.2.1.5 Hasil Responden Produk ini memiliki nilai yang bagus.....	83
4.2.1.6 Hasil Responden Merek Sepatu Prodigio menjamin kepercayaan saya	84
4.2.1.7 Hasil Responden Merek sepatu Prodigio sesuai ekspetasi saya	85
4.2.1.8 Hasil Responden Prodigio menggaransi kepercayaan saya.....	86
4.2.1.9 Hasil Responden Saya merasa nyaman dengan produk ini	87
4.2.1.10 Hasil Responden Produk ini dapat di andalkan	88
4.2.1.11 Hasil Responden Produk Prodigio jujur	89
4.2.1.12 Hasil Responden Produk Prodigio aman untuk di gunakan	90
4.2.1.13 Hasil Responden Saya mengetahui tentang Perusahaan Prodigio.....	91
4.2.1.14 Hasil Responden Saya mengetahui manfaat produk Prodigio.....	92

4.2.1.15 Hasil Responden Saya sangat puas dengan pelayanan Merek Prodigoo...	93
4.2.1.16 Hasil Responden Saya sangat puas dengan Merek Prodigoo	94
4.2.1.17 Hasil Responden Saya sangat senang dengan Merek Prodigoo	95
4.2.1.18 Hasil Responden Saya sangat puas dengan pelayanan Merek Prodigoo...	96
4.2.1.19 Hasil Responden Produk Prodigoo layak untuk konsumen	97
4.2.1.20 Hasil Responden Kualitas Prodigoo sama dengan apa yang diiklankan ...	97
4.2.1.21 Hasil Responden Merek prodigoo sesuai dengan harapan Konsumen	98
4.2.1.22 Hasil Responden Saya akan intens membeli produk Merek Prodigoo di masa depan	99
4.2.1.23 Hasil Responden Saya akan intens membeli produk lain dari Merek Prodigoo	100
4.2.1.24 Hasil Responden Saya akan memilih Merek ini sebagai Merek prioritas saya.....	100
4.2.1.25 Hasil Responden Saya tidak tertarik dengan Merek lain.....	101
4.2.1.26 Hasil Responden Saya sangat puas terhadap keseluruhan produk merek prodigoo	102
4.2.1.27 Hasil Responden Produk Prodigoo sesuai harapan	102
4.2.1.28 Hasil Responden Saya membeli produk Merek Prodigoo karena saya setia dengan Merek Prodigoo	103
4.2.1.29 Hasil Responden Saya membeli produk ini secara tiba tiba.....	103
4.2.1.30 Hasil Responden Saya membeli produk ini karna beragam.....	104
4.2.1.31 Hasil Responden Keistimewaan Produk yang memuaskan.....	104
4.2.1.32 Hasil Responden Saya mempertimbangan diri saya untuk loyal pada Merek Prodigoo	105
4.2.1.33 Hasil Responden Hanya dalam kondisi ekstrim saya akan mempertimbangan untuk membeli Merek lain	106
4.2.1.34 Hasil Responden Jika persediaan habis saya akan membeli ketempat lain untuk membelinya	107
4.2.1.35 Hasil Responden Jika merek lain tidak berbeda dengan merek dalam Beberapa hal, akan terlihat lebih pintar untuk membeli merek Prodigoo	108
4.2.1.36 Hasil Responden Saya dapat dengan mudah menggantikan Merek Prodigoo dengan Merek lainnya.....	109

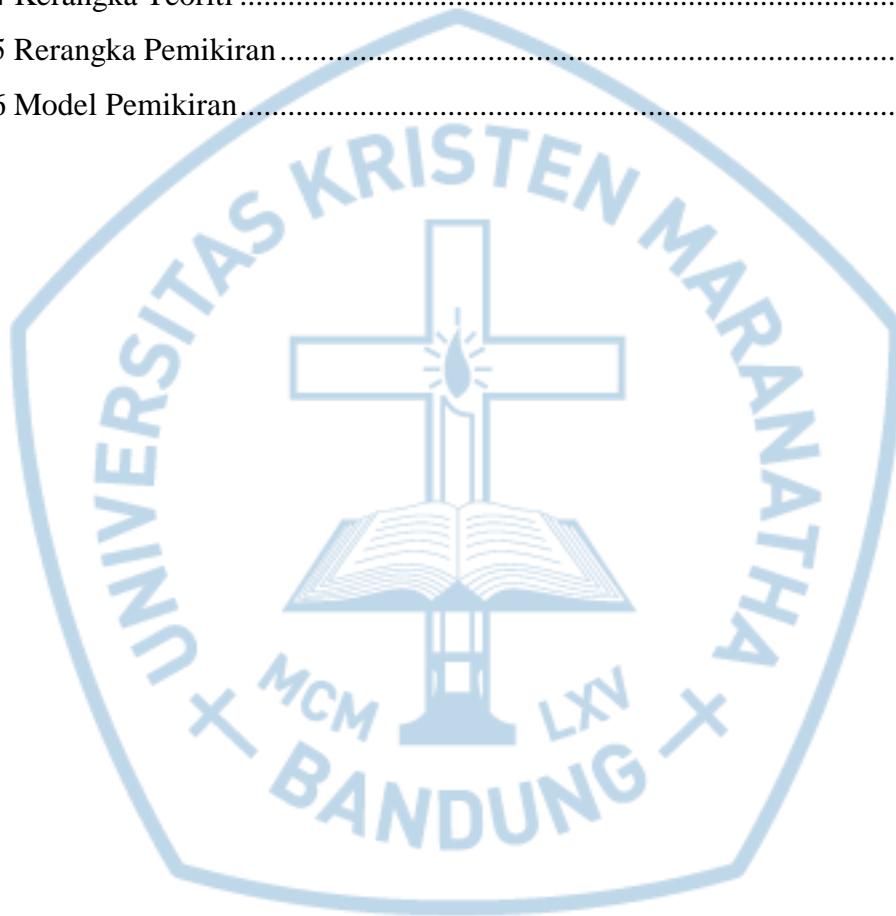
4.2.1.37 Hasil Responden Merek ini akan menjadi pilihan pertama saya.....	109
4.2.1.38 Hasil Responden Saya tidak akan membeli merek lain jika produk yang sama tersedia di took	110
4.2.1.39 Hasil Responden Saya tidak akan membeli merek lain jika produk yang sama tersedia di took	110
4.2.1.40 Hasil Responden Saya merekomendasikan merek Prodigio untuk seseorang yang meminta saran saya	111
4.2.1.41 Hasil Responden Saya mendapatkan nilai terbaik untuk uang Saya	112
4.2.1.42 Hasil Responden Saya mengatakan hal-hal positif tentang merek Prodigo ke orang lain	112
4.2.2 Uji Validitas	113
4.2.3 Uji Validitas Evaluasi Merek	113
4.2.4 Uji Validitas Kepuasan Merek	113
4.2.5 Uji Validitas Kepercayaan Merek	113
4.2.6 Uji Validitas Loyalitas Merek	114
4.2.7 Uji Reabilitas.....	114
4.2.7.1 Uji Reliabilitas Evaluasi Merek (X1)	115
4.2.7.2 Uji Reliabilitas Kepuasan Merek (X2)	115
4.2.7.3 Uji reliabilitas Kepercayaan Merek (X3)	116
4.2.7.4 Uji reliabilitas Loyalitas Merek (Y)	118
4.2.8 Uji Asumsi Klasik.....	119
4.2.8.1 Uji Normalitas	119
4.2.8.2 Uji Multikolinieritas	120
4,2,8,3 Uji Heterokedastisitas.....	121
4.2.8.4 Uji Regresi Berganda	123
4.2.8.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t).....	123
4.2.8.6 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	126
4.2.8.7 Koefisien Determinasi (R ²).....	127
42871 Analisis Koefisien Determinasi Evaluasi Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	128
42872 Analisis Koefisien Determinasi Kepuasan Merek Terhadap Loyalitas Merek.....	128
42873 Analisis Koefisien Determinasi Kepercayaan Merek Terhadap	

Loylitas Merek.....	129
428.74 Analisis Koefisien Determinasi Kepercayaan Merek, Kepuasan Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loylitas Merek	129
4.3 Pembahasan	130
4.3.1 Pengaruh Evaluasi Merek terhadap Loyalitas Merek	130
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek	130
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek	131
4.3.4 Pengaruh Evaluasi Merek, Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek	131
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	132
5.1 Kesimpulan	132
5.2 Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	133
DAFTAR LAMPIRAN A	136
DAFTAR LAMPIRAN B	137
DAFTAR LAMPIRAN C	139
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	142



Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 2.1 Komponen 4p Dalam <i>Marketing Mix</i>	17
Gambar 2.2 Daur Hidup Produk	19
Gambar 2.3 Lima Tingkatan Produk.....	21
Gambar 2.4 Kerangka Teoriti	46
Gambar 2.5 Rerangka Pemikiran.....	49
Gambar 2.6 Model Pemikiran.....	50



Daftar Tabel

	Halaman
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.2 Data Responden Usia	74
Tabel 4.3 Data Responden Pendidikan Terakhir	75
Tabel 4.4 Data Responden Jenis Kelamin	76
Tabel 4.5 Data Responden Pendapatan	77
Tabel 4.6 Data Responden Status	78
Tabel 4.7 Data Daerah Tempat Tinggal	78
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Penduduk ini Baik.....	79
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Produk Ini Mengikuti Perkembangan Zaman	80
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Produk ini lebih baik dari pada produk pesaing....	81
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Produk ini berguna	82
Tabel 4.12 Responden Produk ini memiliki nilai yang bagus	83
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Merek Sepatu Prodigio menjamin kepercayaan saya	84
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Merek sepatu Prodigio sesuai ekspektasi Saya	85
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Prodigio menggaransi kepercayaan saya	86
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Saya merasa nyaman dengan produk ini.....	87
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Produk ini dapat di andalkan.....	88
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Produk Prodigio jujur.....	89
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Produk Prodigio aman untuk di gunakan	90
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Saya mengetahui tentang Perusahaan Prodigo.....	91
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Saya mengetahui manfaat produk Prodigio	92
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Saya sangat puas dengan pelayanan Merek Prodigio	94
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Saya sangat puas dengan Merek Prodigio.....	94
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Saya sangat senang dengan Merek Prodigio	95
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Saya sangat puas dengan pelayanan Merek Prodigio	96
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Produk Prodigio layak untuk konsumen	97
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Kualitas Prodigio sama dengan apa yang Diiklankan.....	97
Tabel 4.28 <i>Tanggapan</i> Responden Merek prodigo sesuai dengan harapan konsumen..	98
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Saya akan intens membeli produk Merek Prodigo di masa depan	99
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Saya akan intens membeli produk lain dari Merek	

Prodigo.....	100
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Saya akan memilih Merek ini sebagai Merek prioritas saya.....	100
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Saya tidak tertarik dengan Merek lain	101
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Saya sangat puas terhadap keseluruhan produk merek prodigo.....	102
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Produk Prodigo sesuai harapan.....	102
Tabel 4.35 Tanggapan Saya membeli produk Merek Prodigo karena saya setia dengan Merek Prodigo	103
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Saya membeli produk ini secara tiba tiba	103
Tabel 4.37 Tanggapan Responden Saya membeli produk ini karna beragam.....	104
Tabel 4.38 Tanggapan Responden Keistimewaan Produk yang memuaskan	104
Tabel 4.39 Tanggapan Responden Saya mempertimbangan diri saya untuk loyal pada Merek Prodigo.....	105
Tabel 4.40 Tanggapan Responden Hanya dalam kondisi ekstrim saya akan mempertimbangan untuk membeli Merek lain.....	106
Tabel 4.41 Tanggapan Responden Jika persediaan habis saya akan membeli ketempat lain untuk membelinya.....	107
Tabel 4.42 Tanggapan Responden Jika merek lain tidak berbeda dengan merek dalam Beberapa hal, akan terlihat lebih pintar untuk membeli merek Prodigo .	108
Tabel 4.43 Tanggapan Responden Saya dapat dengan mudah menggantikan Merek Prodigo dengan Merek lainnya	109
Tabel 4.44 Tanggapan Responden Merek ini akan menjadi pilihan pertama Saya	109
Tabel 4.45 Tanggapan Responden Saya tidak akan membeli merek lain jika produk yang sama tersedia di toko	110
Tabel 4.46 Tanggapan Responden Saya tidak akan membeli merek lain jika produk yang sama tersedia di toko	110
Tabel 4.47 Tanggapan Responden Saya merekomendasikan merek Prodigo untuk seseorang yang meminta saran saya	111
Tabel 4.48 Tanggapan Responden Saya mendapatkan nilai terbaik untuk uang saya	112
Tabel 4.49 Tanggapan Responden Saya mengatakan hal-hal positif tentang merek Prodigo ke orang lain	112
Tabel 4.50 Uji Reliabilitas Evaluasi Merek.....	115
Tabel 4.51 Uji Reliabilitas Kepuasan Merek.....	116
Tabel 4.52 Uji reliabilitas Kepercayaan Merek.....	117
Tabel 4.53 Uji Reliabilitas Loyalitas Merek	118
Tabel 4.54 Uji Normalitas	119

Tabel 4.55 Uji Multikolinieritas	121
Tabel 4.56 Uji Heterokedastisitas.....	122
Tabel 4.57 Uji Regresi Berganda	123
Tabel 4.58 Uji Statistik t.....	125
Tabel 4.59 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	127
Tabel 4.60 Koefisien Determinasi Evaluasi Merek Terhadap Loylitas Merek	128
Tabel 4.61 Koefisien Determinasi Kepuasan Merek Terhadap Loylitas Merek.....	128
Tabel 4.62 Koefisien Determinasi Kepercayaan Merek Terhadap Loylitas Merek.....	129
Tabel 4.63 Koefisien Determinasi Evaluasi Merek, Kepuasan Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loylitas Merek	129



Daftar Lampiran

	Halaman
LAMPIRAN A DATA RESPONDEN	136
LAMPIRAN B DAFTAR PERTANYAAN	137
LAMPIRAN C HASIL PENELITIAN	139

