

ABSTRACT

The company should coordinate all of their marketing activities to face the tight competition recently. They should do that to fill consumer needs, create satisfaction and finally make consumer loyal on brand of their product and service. One of some factors that influences Brand Loyalty is Trust in a Brand. Trust in a Brand consists of Brand Characteristic, Company Characteristic, Consumer Brand Characteristic. This research is done by disturbing questioners to respondents around Maranatha Christian University especially toothpaste Pepsodent users. It used SPSS 19 with simple linier regression method the results shows Trust in a Brand has an impact on Brand Loyalty.

Keywords : Trust in a Brand, Brand Loyalty, Brand Characteristic, Company Characteristic, Consumer Brand Characteristic.

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengkoordinasikan kegiatan pemasarannya. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan, menciptakan kepuasan dan pada akhirnya membuat pelanggannya setia atau loyal terhadap merek produk dan jasa perusahaan tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas merek (*Brand Loyalty*) adalah *Trust in a Brand*, *Trust in a Brand* meliputi *Brand Characteristic*, *Company Characteristic*, *Consumer Brand Characteristic*. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden di sekitar Universitas Kristen Maranatha yang pernah mengonsumsi pasta gigi Pepsodent. Pengujian dan pengolahan data menggunakan SPSS 19 dengan metode regresi linier sederhana. Hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh *Trust in a Brand* terhadap *Brand Loyalty*.

Kata kunci : *Trust in a Brand*, *Brand Characteristic*, *Company Characteristic*, *Consumer Brand Characteristic*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	4
1.3.Maksud dan Tujuan.....	4
1.4.Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	6
2.1.Merek.....	6
2.1.1.Pengertian Merek.....	6

2.1.2 Fungsi Merek.....	9
2.1.3 Manfaat Merek.....	11
2.2.Loyalitas Merek(<i>Brand Loyalty</i>).....	13
2.2.1 Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	15
2.3.Kepercayaan Terhadap Merek(<i>Trust in a Brand</i>).....	17
2.4.Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5.Kerangka Pemikiran.....	21
2.6.Pengembangan Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1.Lokasi dan Objek Penelitian.....	24
3.2.Jenis Penelitian.....	24
3.3.Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4.Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1. Populasi.....	25
3.4.2. Sampel.....	26
3.5.Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6.Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7.Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1. Uji Validitas.....	32
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	34
3.8.Teknik Pengolahan Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1.Analisis Karakteristik Responden.....	38

4.1.1. Analisis Karakteristik Responden Pasta Gigi Pepsodent Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2. Analisis Karakteristik Responden Pasta Gigi Pepsodent Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3. Analisis Karakteristik Responden Pasta Gigi Pepsodent Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.1.4. Analisis Karakteristik Responden Pasta Gigi Pepsodent Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2. Analisis Pengujian Hipotesis.....	42
4.3. Pembahasan Penelitian.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	47
5.3. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	22

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Pengukuran Variabel..... 29
Tabel II	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel..... 30
Tabel III	Hasil Uji Validitas..... 33
Tabel IV	Hasil Uji Reliabilitas..... 35
Tabel V	Jenis Kelamin Konsumen Pasta Gigi Pepsodent..... 38
Tabel VI	Usia Konsumen Pasta Gigi Pepsodent.....39
Tabel VII	Pendapatan Konsumen Pasta Gigi Pepsodent..... 40
Tabel VIII	Pekerjaan Konsumen Pasta Gigi Pepsodent..... 41
Tabel IX	Anova.....42

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A	Kuesioner Penelitian..... 52
B	Uji Validitas dan Reliabilitas..... 57
C	Uji Regresi.....67
D	Identitas Responden..... 70