

**PERAN KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN DALAM
MENJELASKAN LOYALITAS PADA MEREK
(Studi Empirik Pada Konsumen Laptop)**

*The Roles of Trusts on Brands and Satisfactions in Explaining The Loyalty
Towards Brands
(An Empirical Study Towards the Laptop Customers)*



Oleh

HESMIANTORO

20050410137

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

**PERAN KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN DALAM
MENJELASKAN LOYALITAS PADA MEREK
(Studi Empirik Pada Konsumen Laptop)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh

HESMIANTORO

20050410137

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2010**

SKIPSI

**Peran Kepercayaan pada Merek dan Kepuasan dalam
Menjelaskan Loyalitas pada Merek
(Studi Empirik Pada Konsumen Laptop)**

*The Roles of Trusts on Brands and Satisfactions in Explaining The Loyalty
Towards Brands
(An Empirical Study Towards the Laptop Customers)*

Diajukan Oleh

HESMIANTORO

20050410137

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143 014

Tanggal, 18 Maret 2010

SKRIPSI
PERAN KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN DALAM
MENJELASKAN LOYALITAS PADA MEREK
(STUDI EMPIRIK PADA KONSUMEN LAPTOP)

*The Roles of Trusts on Brands and Satisfactions in Explaining The Loyalty
Towards Brands
(An Empirical Study Towards the Laptop Customers)*

Diajukan oleh
HESMIANTORO
20050410137

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan didepan
Dewan penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 21 April 2010
yang terdiri dari

Sutrisno Wibowo, Drs, M.M.
Ketua Tim Penguji

Fauziah, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Fajarwati, SE., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK: 143 014

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Hesmiantoro

Nomor Mahasiswa : 20050410137

Menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul: “PERAN KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN DALAM MENJELASKAN LOYALITAS PADA MEREK (Studi Empirik Pada Konsumen Laptop)”, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam Skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 18 Maret 2010

Hesmiantoro

MOTTO

Berbuatlah untuk dirimu seakan-akan kamu akan hidup selamanya dan beramalalah untuk akhiratmu seakan-akan kamu akan mati besok pagi (Hr. Thabrani)

Berbahagiaalah orang yang mau menyelidiki cela dirinya, bukan hanya kecelaan orang lain (Nabi Muhammad SAW)

*Raihlah semua mimpimu saat kau bangun dari tidurmu, walaupun mimpi takan slalu jadi kenyataan..
Berusaha dan berdo'a hanya itulah yang bisa kita lakukan, insy'allah mimpi kita kan jadi kenyataan..*
(Hesmianto)

PERSEMBAHAN

Sebuah karya kecil dalam hidup, ku persembahkan untuk orang-orang tercinta:

Allah SWT, yang telah memberikan RidhoNya dan KaruniaNya sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku dan dapat membahagiakan kedua orang Tuaku...

My Parents, (Bapak Suradji dan Mama Kartilah) yang sangat aku hormati dan aku sayangi, Terimakasih yang tiada henti-hentinya kuucapkan untuk s'tiap do'amu, tetes air mata dan keringat pengorbananmu untuk Q cinta, kasih sayang, dan dorongan semangatmu yang tiada henti dalam tiap langkah hidupku yang tak mungkin ku balas dengan apapun.

My Sisters (Harmiyati, Fatma Siti Fatimah, Cahya Tri Nur Asih) Terimakasih untuk do'a dan kasih sayang kalian, yang selalu menjadi penyegar dan penyemangat dalam meraih impianku, kebersamaan kita adalah kebahagiaan dalam keluarga. Karena kalianlah aku bias seperti ini.

Ahmamaterku, Terimakasih telah menjadi lingkungan yang baik dalam menambah

My Best Friend: Ricci Natuna, Yusup, Dodo (R), Nadier, Safiq, Koko, Jardin' Batam, Errik, Irul, Jay Cilacap, Radius, Ari' (D&A) Supri, Asa, Dedy K.H, Rikky. n' Ferris, Erwin, Tatang, Yoggi, Dani, yang uda dudson. aku selalu ingat motivasi, ser'ring, kebersamaan kita n' akhirnya aku menyusul. Kebaikan n' Keompakan kita dulu gak' akan K.upakan...

wawasan dengan berbagai ilmu pengetahuan yang berguna sebagai modal untuk meraih masa depan yang cerah dan bahagia. Amin

For Special My Lovely (D'mie Fajarrohmah) Terimakasih atas semua cinta, kasih sayang dan perhatian yang telah kmu berikan selama ini untuk Q. Dalam suka maupun duka kmu selalu menemani Q dan memberikan semangat untuk Q.

My Friends (Pak Imam, Bunk Jack Luffy, Adnan, Koko, Dippo, Bayu, Danank Agus, Iyank, Stanza, Opik) Terimakasih buat kalian semua yang telah mengisi kekosongan hari-hari Q dengan canda dan tawa. Poko'e Gak ada loe gak Rame...

*To: Vivi, Fitriy, Indah'BF, Dikka, Rissa, Roesita, Novi, Inung, Anna, Fitriani, Riza,
Dry'Ac, Diya'Dita, Arum n' Susan...*

*To Special 'Marketing Community'05... D'moga Silaturahmi, Persahabatan, Kekeluargaan kita
tetap selalu Terjaga..*

*Thank's to prof. Arsene Wenger... Bawa The Gunners Arsenal Juara Liga Premier musim ini
dan teruslah menciptakan pemain-pemain muda yang berpakat.*

INTISARI

Penelitian ini mengkaji salah satu bagian dari *relationship marketing*, yaitu kepercayaan pada merek dan kepuasan pada merek hubungannya dengan loyalitas pada merek, obyek dalam penelitian ini adalah konsumen laptop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode non-probabilitas dengan cara *convenience* dan menggunakan sampel sebanyak 150 orang responden, dari jumlah tersebut sebanyak 140 kuesioner yang diisi dengan benar. Data yang terkumpul kemudian di analisis menggunakan *structural equation model* (SEM), dengan menggunakan program Lisrel 8.54.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: Kepercayaan merek memediasi hubungan antara kepuasan merek dengan loyalitas pada merek. Kepuasan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Hal ini disebabkan oleh karena harapan yang diinginkan oleh konsumen Laptop belum dapat dipenuhi oleh kinerja dari Laptop tersebut, sehingga terjadi ketidakpuasan konsumen terhadap merek Laptop tersebut. Kepuasan merek dan kepercayaan merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Berdasarkan keterangan yang diberikan oleh beberapa responden dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh merek laptop memiliki kinerja yang sama sehingga konsumen dapat dengan mudah berpindah merek dari merek satu ke merek lain. Kepuasan merek berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan merek. Semakin tinggi kepuasan yang diperoleh maka konsumen akan selalu mengandalkan merek laptop tersebut.

Kata kunci: kepercayaan merek, Kepuasan merek, Loyalitas merek.

ABSTRACT

This research aims at studying a part of relationship marketing that is a trust and satisfaction in a brand and its relation to the loyalty towards a brand, the objects of this research are laptop's customer. The method used in this research is non-probability method using convenient method with the sample of 150 respondents; from 150 respondents, there are 140 questioners are filled out correctly. The data collected are then analyzed using structural equation model (SEM) using Lisrel 8.54 program.

The analysis result shows that: trusts on a brand intervened with the correlation between the satisfaction and the loyalty towards a brand. Their satisfaction does not have significant correlation towards the loyalty towards a brand. It is caused by the costumers' expectation on the laptop have not been fulfilled by the laptop's performance, so the costumers feel dissatisfied towards the laptop's brand. The customer satisfaction and trust on the brands do not give significant influence towards their loyalty to a brand. Based on the information given by the respondents, it can be concluded that almost all of the laptop's brands have about similar performance, so that the customers can easily switch from one brand to another. The brands' satisfaction, on the other hand, has significant influence towards their trust to a brand. The higher the satisfaction the more the costumers' trust that certain laptop's brand.

Keywords: *trust on the brands, satisfaction to a brand, loyalty towards a brand*

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayahNya penulis diberi akal pikiran dan kemudahan untuk menyelesaikan ini. Sholawat serta salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “PERAN KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN KEPUASAN DALAM MENJELASKAN LOYALITAS PADA MEREK (Studi Empirik Pada Konsumen Laptop)” disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari tanpa usaha, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini belum tentu dapat terselesaikan dengan baik, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dan selaku Dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah rela berbagi ilmu dengan penulis.
3. Bapak dan Mamak serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi ini yang terlalu banyak untuk disebutkan.

Akhir kata, tak ada yang sempurna dan kekal di dunia ini tak terkecuali penulis yang masih menyadari banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semua saran, kritik dan masukan sangat diharapkan dalam pengembangan topic penelitian ini demi kemajuan ilmu pengetahuan. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 18 Maret 2010

Hesmiantoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Kepercayaan Pada Merek	6
2. Konsep Kepercayaan Pada Merek dan Loyalitas Pelanggan	7
3. Kepuasan Pelanggan	9
4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	10
5. Survey Kepuasan Pelanggan	10
6. Pengamatan Kepuasan Pelanggan	11
7. Loyalitas Konsumen	11
8. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	15
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Hipotesis	23

D. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Obyek/Subyek Penelitian	27
B. Teknik Pengambilan Sampel	27
C. Jenis Data	28
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian	28
F. Uji Kualitas Instrumen	31
1. Uji Validitas	31
2. Uji Reliabilitas	31
G. Normalitas Data	32
H. Pengujian Model dan Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Karakteristik Responden	36
B. Uji Kualitas Instrumen	38
1. Pengujian Validitas	38

2. Pengujian Reliabilitas	39
C. Normalitas Data	40
D. Hasil Penelitian (Uji Model dan Hipotesis Penelitian)	42
E. Pengujian Hipotesis	46
F. Pembahasan	48
BAB V KESIMPULAN, SARAN, KETERBATASAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
C. Keterbatasan	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden	37
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	39
Tabel 4.3. Goodness of Fit Indices	43
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Model Penelitian	26
Gambar 4.2. Hasil Uji Validitas	38
Gambar 4.3. Hasil Pengujian Normalitas Data	41
Gambar 4.4. Hasil Pengujian Model	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Output Normalitas Data

Lampiran 5 Hasil Output LISREL