

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK
PROBIOTICS YAKULT
(A STUDY ON STUDENTS UMY)**



Oleh

MOH LAZUARDI

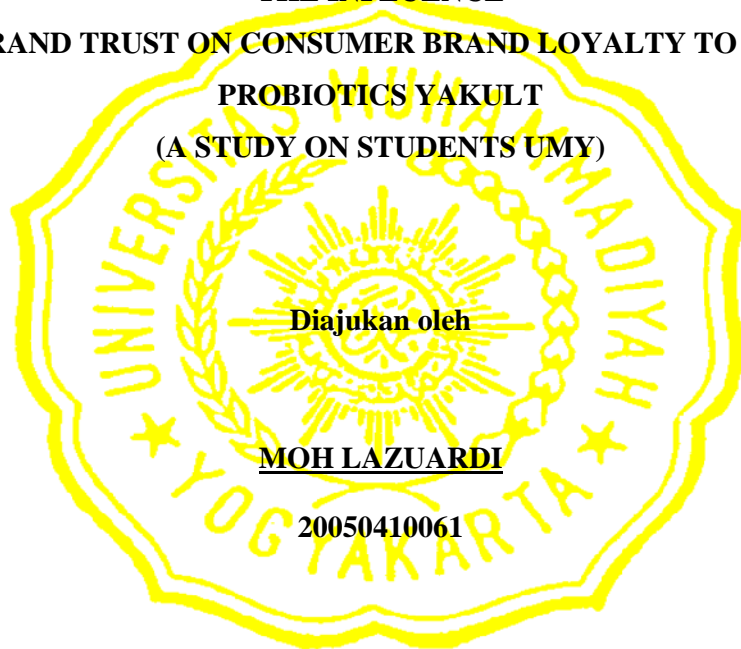
20050410061

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

SKRIPSI
PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)

THE INFLUENCE
OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK
PROBIOTICS YAKULT
(A STUDY ON STUDENTS UMY)



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Munjiati Munawaroh SE,MSi

Tanggal.....

NIK : 143024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Moh Lazuardi

Nomor Mahasiswa : 20050410061

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh kepercayaan atas merek terhadap loyalitas merek pada konsumen minuman probiotik Yakult (studi pada mahasiswa UMY)” 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 17 April 2011

Moh Lazuardi

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh dari variabel kepercayaan atas merek yang meliputi kepercayaan merek, kepercayaan perusahaan, kepercayaan merek – konsumen. Merek yang diteliti adalah merek minuman probiotik Yakult, yang respondennya diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi minuman probiotik Yakult.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan parsial variabel kepercayaan atas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Dalam upaya meningkatkan loyalitas merek, perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap merek.

Kata kunci : kepercayaan atas merek, karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik merek konsumen, loyalitas merek.

ABSTRACT

This research aims to study the effect of variable reliability of the brand including brand trust, trust companies, trust the brand - consumers. Brands under investigation is a brand of probiotic drink Yakult, the respondents were taken from students Muhammadiyah University of Yogyakarta who consumed the probiotic drink Yakult.

The results of this study indicate that jointly and partial confidence in the brand variables significant effect on brand loyalty. In an effort to increase brand loyalty, companies must constantly improve and maintain customer trust towards the brand.

Key words: confidence in the brand, brand characteristics, firm characteristics, the characteristics of consumer brand, brand loyalty.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan atas Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Konsumen Minuman Pro Biotik Yakult”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kepercayaan atas merek dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Munjiati Munawaroh SE, MSi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
2. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada saya hingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Yogyakarta 17 April 2011

Moh Lazuardi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Merek	7
B. Loyalitas Merek	8
C. Kepercayaan Atas Merek	9
1. Karakteristik Merek	11
2. Karakteristik Perusahaan	11
3. Karakteristik merek-konsumen	12

D. Model Penelitian	13
E. Penelitian Tersahulu	14
F. Penurunan Hipotesis	14
BAB III. METODE PENELITIAN	19
A. Obyek dan Subyek Penelitian	19
B. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	19
C. Teknik Pengumpulan Sampel	19
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	20
1. Variabel kepercayaan atas merek	20
a. Karakteristik merek.....	20
b. Karakteristik perusahaan	22
c. Karakteristik merek-konsumen	23
2. Loyalitas merek	24
E. Uji Kualitas Instrumen	25
1. Uji validitas	25
2. Uji reliabilitas	26
F. Uji Hipotesis dan analisis data	26
a. Analisis regresi berganda	26
b. Uji F	27
c. Uji t	27
d. Uji R^2	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29
A. Gambaran Umum Produk Yakult.....	29

B. Analisis Deskriptif	30
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
2. Karakteristik responden berdasarkan fakultas	31
3. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pemakaian	32
C. Analisis Instrumen	32
1. Uji validitas	32
2. Uji reliabilitas	34
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	35
1. Analisis regresi berganda	35
2. Uji F	36
3. Uji t	37
a. Pengujian hipotesis untuk karakteristik merek	38
b. Pengujian hipotesis untuk karakteristik perusahaan	39
c. Pengujian hipotesis untuk karakteristik merek konsumen	40
4. Uji R^2	41
E. Pembahasan	41
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	44
C. Keterbatasan penelitian	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
4.2	Responden berdasarkan Fakultas.....	31
4.3	Responden berdasarkan frekuensi pemakaian produk.....	32
4.4	Uji Validitas.....	33
4.5	Uji Reliabilitas.....	34
4.6	Hasil pengujian regresi linear berganda.....	35
4.7	ANOVA.....	37
4.8	Uji R^2	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Metode Penelitian	14
------------------------------------	----

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

**THE INFLUENCE
OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK
PROBIOTICS YAKULT
(A STUDY ON STUDENTS UMY)**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



oleh
Moh Lazuardi
20050410061

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2011**