



**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK DAN KARAKTERISTIK  
PERUSAHAAN SERTA KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK  
TERHADAP KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN LOYALITAS  
MEREK PADA KONSUMEN MIE SEDAAP DI PULAU SAPEKEN  
KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

Oleh:

**HANIP AMALI**  
**070810291103**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN SERTA KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN MIE SEDAAP DI PULAU SAPEKEN KABUPATEN SUMENEP**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar sarjana ekonomi

*Oleh:*

**HANIP AMALI**  
**070810291103**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

## **SURAT PERNYATAAN**

Nama Mahasiswa : Hanip Amali  
NIM : 070810291103  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Merek Dan Karakteristik Perusahaan Serta Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Kepercayaan Pada Merek Dan Loyalitas Merek Pada Konsumen Mie Sedaap Di Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 22 Februari 2012

Yang menyatakan,



Hanip Amali  
NIM: 070810291103

## JUDUL SKRIPSI

### **PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN SERTA KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN PADA MEREK DAN LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN MIE SEDAAP DI PULAU SAPEKEN KABUPATEN SUMENEP**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Hanip Amali  
NIM : 070810291103  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

**Jember, 21 Februari 2012**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna mampu memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

#### **Susunan Panitia Penguji**

Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M. Si : .....  
NIP. 19670421 199403 1 008

Sekretaris : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si : .....  
NIP. 19730908 200003 2 001

Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si : .....  
NIP. 19550516 198703 1 001



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc  
NIP. 19560831 198403 1 002

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Karakteristik Merek dan Karakteristik Perusahaan  
Serta Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Kepercayaan  
Pada Merek Dan Loyalitas Pada Konsumen Mie Sedaap Di  
Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep

Nama : Hanip Amali  
NIM : 070810291103  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Imam Suroso, SE, M.Si**  
**NIP. 19591013 198802 1001**

**H. N. Ari Subagivo, SE, M.Si**  
**NIP. 19731109 200003 1 001**

Ketua Jurusan  
Program Studi Manajemen

**Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si**  
**NIP. 19661020 199002 2 001**

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Papa dan mamaku yang tercinta, terimakasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya
2. Engkongku (H. Paiman), Emakku dan Nenekku (Mak Tuka dan Ma Deda) yang menjadi panutanku selama ini.
3. Cik imah, koko Kiki, kakak iparku Uus Mulyadi dan adhekku Wawan dan Lia terimakasih banyak untuk dukungan motivasinya.
4. Keluarga besarku terimakasih banyak untuk semua dukungan, semangat serta do'a yang telah dibagi kepadaku.
5. My *lovely* (Qisma) dan keluarganya yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi, kasih sayang serta do'anya buatku.
6. Teman-temanku angkatan 2007, terima kasih semuanya.
7. Teman-temanku yang tercinta di Perumahan Sumber Alam blok F 6: Nidzom, Bagus (A'o), Choy (*legend two*), Aan (ngicuk), Walid (siwo), Eko (kodock) serta teman-teman lainnya terima kasih untuk kebersamaan selama ini.

## **MOTTO**

*“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”*

*(Al-Baqarah: 153)*

*“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat”*

*(Depag RI, 1989 : 421)*

*“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah”*

*(Abu Bakar Sibli)*

*“Jadilah kamu manusia yang pada kelahiranmu semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematianmu semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum”*

*(Mahatma Gandhi)*

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Karakteristik Merek Karakteristik Perusahaan dan Konsumen Pelanggan Merek terhadap Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek konsumen mie Sedaap di Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep. Objek yang diteliti adalah masyarakat Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep yang terdiri dari 9 desa yaitu Desa Sapeken, Desa Saor, Desa Sepanjang, Desa Pagerungan, Desa Sasiil, Desa Paliat, Desa Sakala, Desa Sadulang dan Desa Sabuntan. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari jawaban responden yang mengisi kuisioner yaitu masyarakat Pulau Sapeken, Sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari penelitian sebelumnya dan literatur yang berkaitan dengan penelitian dan data dari BPS yang berkaitan dengan profil Pulau Sapeken. Teknik pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh variabel Karakteristik Merek terhadap Kepercayaan Terhadap Merek signifikan, variabel Karakteristik Perusahaan terhadap Kepercayaan Merek signifikan, variabel Karakteristik Pelanggan Merek terhadap Kepercayaan Merek signifikan, variabel Karakteristik Merek terhadap Loyalitas Merek signifikan, variabel Karakteristik Perusahaan terhadap Loyalitas Merek signifikan, variabel Karakteristik Pelanggan Merek terhadap Loyalitas Merek signifikan, dan pengaruh Loyalitas Merek terhadap Loyalitas Merek signifikan.

Kata kunci : Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Pelanggan Merek, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek.



## **ABSTRACT**

*This study titled Effects analysis Characteristic Brand, Characteristic Company and the Consumer Brand Characteristic to the Trust in a Brand and Brand Loyalty in the consumers noodles Sedaap the Sapeken Island Sumenep consists. Object under study is the island Sapeken Sumenep consists of nine villages, namely Sapeken Village, Saor Village, Sepanjang Village, Pangerungan Village, Sasiil Village, Paliat Village, Sakala Village, Sabuntan Village and Sadulang Village. The purpose of this study is to investigate the effect Characteristic Brand, Characteristic Company and the Consumer-Brand Characteristic to the Trust in a Brand and Brand Loyalty. This study uses primary data and secondary data. Primary data was taken from the answers of respondents who filled in a questionnaire that is community Sapeken Island that meet the criteria as a respondent. While the secondary data obtained from research literature related to research and virgin of Connecticut relating to the profile Sapeken Island. Data retrieval techniques using purposive sampling with the number of respondents many as 100 people. Analysis tool used was path analysis (path ANALISYS). The analysis showed that the effect of Characteristic Brand, Characteristic Company and the Consumer-Brand Characteristic have a significant effect in A Brand Trust and Brand Loyalty.*

*Keywords: Brand Characteristic, Characteristic Company and the Consumer Brand Characteristic, Trust in A Brand and Brand Loyalty.*

## PRAKATA

Segala puji hanya kepada Allah SWT atas segala nikmat yang selalu diberikan kepada hamba-Nya, Baik nikmat lahir maupun nikmat batin, nikmat yang tanpa diminta maupun dengan sengaja diminta dari-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Merek Dan Karakteristik Perusahaan Serta Kepercayaan Pada Merek Dan Loyalitas Merek Konsumen Mie Sedaap Di Pulau Sapeken Kabupaten Sumenep”

Tujuan Penulis menyusun skripsi ini, untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Strata I pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Jember. Namun demikian, sangat disadari bahwa Laporan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan yang tak lepas dari kesalahan dan kekurangan mengingat waktu dan pengalaman yang diterima penulis.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan, antara lain :

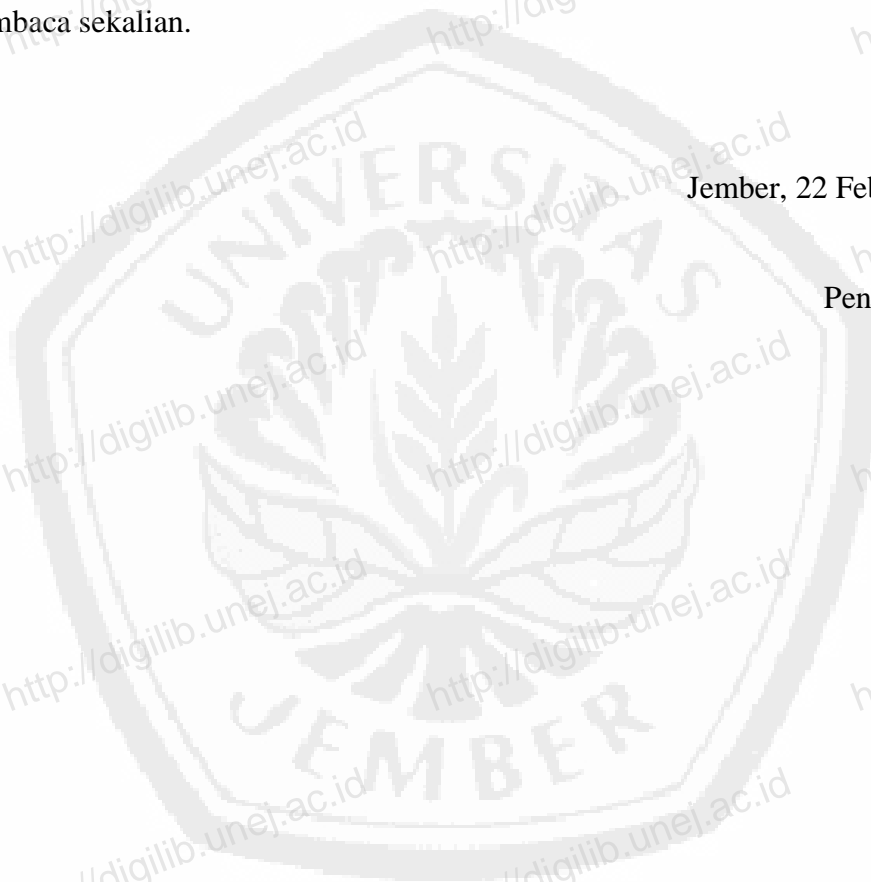
- a. Prof. Dr. H. Mohammad Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
- b. Ibu Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si dan Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.si selaku Ketua Jurusan dan Sekertaris Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- c. Dr. Imam Suroso, SE. M,Si selaku Dosen Pembimbing I dan H. N. Ari Subagiyo, SE. M,Si selaku dosen Pembimbing II, terima kasih banyak atas segala bimbingan dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- d. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
- e. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku atas segala kasih sayang yang diberikan, segala bentuk dukungan baik mental maupun materi dan atas segala doa yang telah dipanjatkan demi anak-anaknya.

- f. Cik imah, koko Kiki, kakak iparku Uus Mulyadi dan adhekku Wawan dan Lia terimakasih banyak untuk dukungan motivasinya.
- g. My lovely (Qisma) dan keluarga yang selalu memberi dukungan, semangat, motivasi, kasih sayang serta do'anya buatku.
- h. Seluruh penghuni perum. Sumber Alam blok F no 6, terima kasih atas segala bentuk dukungan dan bantuan kalian.

Akhir kata, semoga skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada pembaca sekalian.

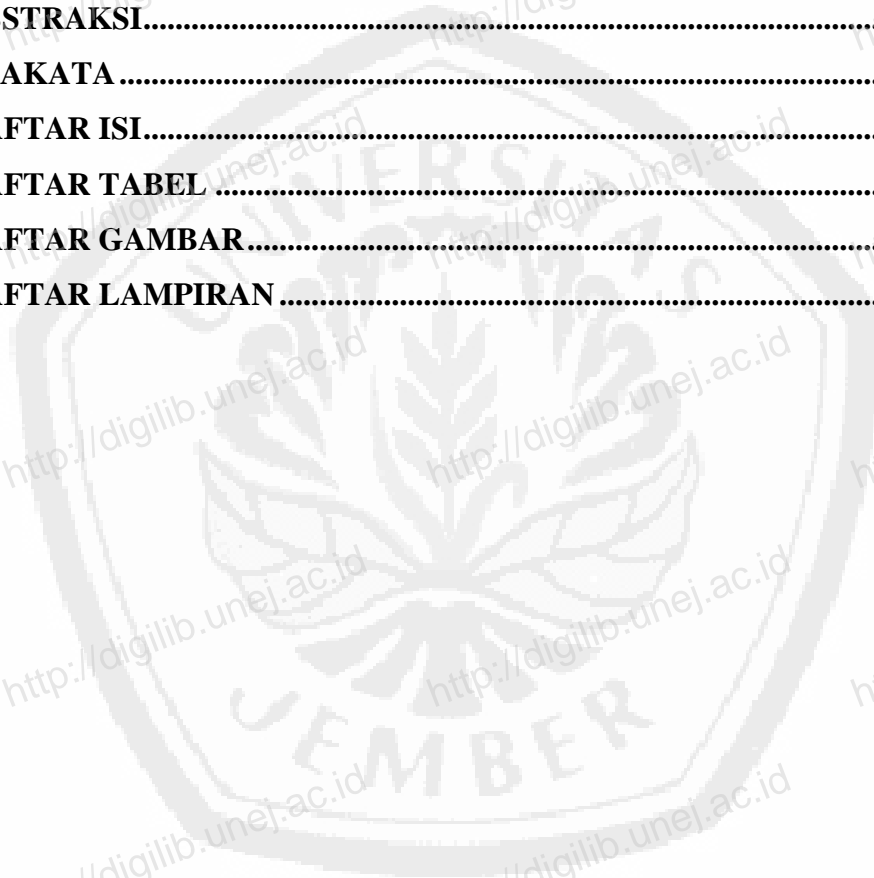
Jember, 22 Februari 2012

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>



<b>BAB 1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan .....	
1.3.2 Manfaat .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	6
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Pengertian Merek .....	7
2.2.2 Kepercayaan Terhadap Merek .....	11
2.2.3 Loyalitas Merek .....	13
2.2.4 Fungsi Loyalitas Merek .....	17
2.2.5 Tingkatan Loyalitas Merek .....	17
2.2.6 Karakteristik Merek .....	19
2.2.7 Karakteristik Perusahaan .....	20
2.2.8 Karakteristik Pelanggan Merek .....	21
2.2.9 Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	24
2.4 Hipotesis .....	24
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	26
3.2 Jenis data.....	26
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel.....	28

3.5 Identifikasi Variabel.....	29
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.7 Skala Pengukuran.....	31
3.8 Metode Analisis data.....	32
3.7.1 Uji Validitas Data .....	32
3.7.2 Uji Reabilitas .....	33
3.9 Teknik Analisis .....	33
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah .....	39

## **BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN..... 41**

4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	41
4.1.2 Strategi Wings Corporation Merajai Pasar.....	41
4.1.3 Diskripsi Variabel.....	48
4.1.4 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	55
4.1.4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	55
4.1.4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
4.1.5 Uji Asumsi <i>Path Analysis</i> .....	58
4.1.5.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	48
4.1.5.2 Hasil Multikolinearitas.....	51
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.1.6 Analisa Jalur.....	59
4.1.6.1 Uji Kesesuaian Model .....	60
4.1.6.2 Uji Kausalitas .....	60
4.1.7 Pengaruh Antar Jalur .....	64
4.2 Pembahasan .....	66
4.2.1 Pengaruh Variabel Karakteristik Merek Terhadap Kepercayaan Merek .....	67

4.2.2 Pengaruh Variabel Karakteristik Perusahaan Terhadap Kepercayaan Merek.....	68
4.2.3 Pengaruh Variabel Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Kepercayaan Merek .....	69
4.2.4 Pengaruh Variabel Karakteristik Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	70
4.2.5 Pengaruh Variabel Karakteristik Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek .....	71
4.2.6 Pengaruh Variabel Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	71
4.2.7 Pengaruh Variabel Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek .....	72
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitain Terdahulu Dengan Sekarang .....	6
Tabel 3.1 : Jumlah Penduduk Pulau Sapeken .....	28
Tabel 3.2 : Persamaan Struktural Penelitian .....	34
Tabel 3.3 : Uji Kesesuaian Model.....	35
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden.....	46
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (perbulan).....	47
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian (perbulan).....	40
Tabel 4.5 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Characteristic</i> .....	48
Tabel 4.6 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Company Characteristic</i> .....	50
Tabel 4.7 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Consumer Brand Characteristic</i> .....	51
Tabel 4.8 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trust in Brand</i> .....	53
Tabel 4.9 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	54
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Instrumen .....	56
Tabel 4.11 : Hasil Reliabilitas Instrumen.....	57
Tabel 4.12 : Hasil Pengujian Kausalitas .....	60
Tabel 4.13 : Pengaruh Langsung Variabel.....	65
Tabel 4.14: Pengaruh Tidak Langsung Variabel.....	65
Tabel 4.15: Pengaruh Total Variabel .....	66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual Penelitian .....	24
Gambar 3.1 : Kerangka Pemecahan Masalah .....	39
Gambar 4.1 : Grafik Perkembangan Mie Instan .....	44
Gambar 4.2 : Gambar Diagram Jalur .....	59



