



**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM AQUA
DI KOTA JEMBER)**

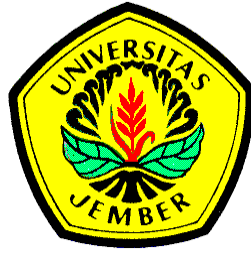
SKRIPSI

Oleh:

MOH. FARID

080810201170

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK
(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM AQUA
DI KOTA JEMBER)**

SKRIPSI

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

Oleh:

MOH. FARID

080810201170

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Farid

NIM : 080810201170

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM AQUA DI KOTA JEMBER) adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 November 2011

Yang menyatakan,



Moh. Farid

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK (STUDY PADA KONSUMEN AIR MINUM AQUA DI KOTA JEMBER)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Moh. Farid
NIM : 080810201170
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: .21 november 2011

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Bambang Irawan, SE, M.si:.....
NIP. 19610317 198802 1 001
Sekretaris : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D :.....
NIP. 19660408 199103 1 001
Anggota : Dr. Imam Suroso, SE, M.si :.....
NIP. 19591013 198802 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 : **ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN-MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK(STUDI PADA KONSUMEN AIR MINUM AQUA DI KOTA JEMBER)**

Nama : Moh. Farid
NIM : 080810201170
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Imam Suroso, SE, M.si
NIP. 19591013 198802 1001

Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

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

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibunda, terimakasih atas segala bimbingan, doanya dan dukungannya
2. Kakaku yang selalu berdoa
3. Teman-temanku terima kasih dukungannya.
4. Teman-temanku angkatan 2008, terima kasih semuanya.
5. Almamaterku tercinta.

MOTTO

Tidak ada yang tidak mungkin didunia ini, asal kita terus berusaha dan sanggup membayar harganya (penulis)

Berfikir positif akan memotivasi nuansa optimis, berfikir negatif akan memicu nuansa pesimis (Fath_03)

Senyummu pada saudaramu adalah sedekah bagimu (HR. Bukhori Muslim)

Kemenangan terbesar dalam hidup kita adalah ketika kita berhasil mengalahkan diri sendiri (Penulis)

Calvin Cooligde

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Pelanggan-Merek terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Merek. Objek penelitian adalah masyarakat Kota Jember yang berada di 3 kecamatan yaitu Kecamatan Patrang, Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Kaliwates. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban responden yang mengisi kuisioner, dan data sekunder diperoleh dari penelitian sebelumnya dan literatur yang berkaitan dengan penelitian dan data dari BPS yang berkaitan dengan profil Kecamatan Patrang, Kecamatan Sumbersari dan Kecamatan Kaliwates. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh variabel Karakteristik Merek terhadap Kepercayaan 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 Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek signifikan.

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

ABSTRACT

This study titled Effects analysis Trademark Characteristics, Characteristic Company and the Consumer-Brand Characteristic to the Trust in a Brand and Brand Loyalty in the consumer Aqua Water Supply in the city of Jember. Object under study is the town of Jember consists of 3 districts namely Patrang District, District and Sub Kaliwates Summersari. 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 Patrang District, District and Sub Kaliwates Summersari that meet the criteria as a respondent. While the secondary data obtained from research sebelumnya research literature related to research and virgin of Connecticut relating to the profile Patrang District, District and Sub Kaliwates Summersari. Data retrieval techniques using purposive sampling with the number of respondents as 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, in A Brand Trust 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 “Analisis Pengaruh *Brand Characteristic* (Karakteristik Merek), *Company Characteristic* (Karakteristik Perusahaan) dan *Consumer-Brand Characteristic* (Karakteristik Pelanggan-Merek) terhadap *Trust in ABrand* dan *Brand Loyalty* pada konsumen Air Minum Aqua di Kota Jember”

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. Dr. Imam Suroso, SE. M,si selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Sudaryanto, MBA, Ph.D selaku dosen Pembimbing II, terima kasih banyak atas segala bimbingan dan dukungannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

- c. Dr. Bambang Irawan, SE, M.si selaku ketua penguji skripsi, terima kasih atas pengarahannya untuk kesempurnaan skripsi ini.
- d. Terima kasih kepada responden terpilih, berkat jawaban dari kalian skripsi ini dapat terselesaikan.
- 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. Segenap Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan dukungannya kepada kami.
- g. Teman-teman Manajemen 2008 program alih jenjang, bersamamu itulah hal yang paling indah.
- h. Seluruh penghuni wisma pondokan lembah sofa, terima kasih atas segala bentuk dukungan dan bantuan kalian.

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

Jember, 10 November 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan	4
1.3.2 Manfaat	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	7

2.2.1 Pengertian Merek (<i>brand</i>).....	7
2.2.2 Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	9
2.2.3 Kepercayaan Terhadap Merek (<i>Trust in a Brand</i>).....	10
2.2.4 Karakteristik Merek (<i>Brand Characteristic</i>)	11
2.2.5 Karakteristik Perusahaan (<i>Company Characteristic</i>)	12
2.2.6 Karakteristik Pelanggan–Merek (<i>Consumer-brand Characteristic</i>)	13
2.2.7 Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan.....	15
2.3 Kerangka Konseptual.....	16
2.4 Hipotesis	17

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN..... 18

3.1 Rancangan Penelitian.....	18
3.2 Populasi dan Sampel.....	18
3.2.1 Populasi.....	18
3.2.2 Sampel.....	18
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Skala Pengukuran	20
3.5.1 Identifikasi Variabel.....	20
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.5.3 Skala Pengukuran.....	22
3.6 Pengujian Instrumen	23

3.6.1 Uji Validitas	23
3.6.2 Uji Reliabilitas	23
3.7 Metode Analisis data.....	24
3.7.1 Uji Normalitas Data	24
3.7.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	24
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.7.4 Uji Signifikansi	27
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	29
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil Penelitian.....	31
4.1.1 Kondisi Wilayah Penelitian	31
a. Profil Kecamatan Patrang	31
b. Profil Kecamatan Sumpalsari	32
c. Profil Kecamatan Kaliwates	33
4.1.2 Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.3 Hasil Analisis Data	37
4.1.3.1 Statistik Deskriptif	39
4.1.3.2 Hasil Uji Validitas Data	47
4.1.3.3 Hasil Uji Reliabilitas	47
4.1.3.4 Hasil Uji Normalitas Data	48
4.1.3.5 Hasil Analisis Jalur	51
4.1.3.6 Uji Asumsi Klasik	56

4.2 Pembahasan	58
4.2.1 Pengaruh Variabel <i>Brand Characteristic</i> Terhadap <i>Trust in Brand</i>	58
4.2.2 Pengaruh Variabel <i>Company Characteristic</i> Terhadap <i>Trust in Brand</i>	59
4.2.3 Pengaruh Variabel <i>Consumer-brand Characteristic</i> Terhadap <i>Trust in Brand</i>	60
4.2.4 Pengaruh Variabel <i>Brand Characteristic</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	61
4.2.5 Pengaruh Variabel <i>Company Characteristic</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	62
4.2.6 Pengaruh Variabel <i>Consumer-brand Characteristic</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	62
4.2.7 Pengaruh Variabel <i>Trust in Brand</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	63
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Penelitain Terdahulu Dengan Sekarang	7
Tabel 3.1 : Jumlah Penduduk Kota Jember.....	19
Tabel 4.1 : Data Sarana Pendidikan Kecamatan Patrang.....	31
Tabel 4.2 : Data Sarana Pendidikan Kecamatan Sumpalsari.....	32
Tabel 4.3 : Data Sarana Pendidikan Kecamatan Kaliwates	34
Tabel 4.4 : Distribusi Usia Responden Konsumen Air Minum Aqua.....	38
Tabel 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	39
Tabel 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	40
Tabel 4.8 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan (perbulan).....	41
Tabel 4.9 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Characteristic</i>	42
Tabel 4.10 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Company Characteristic</i>	43
Tabel 4.11 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Consumer-brand Characteristic</i>	44
Tabel 4.12 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Trust in Brand</i>	45
Tabel 4.13 : Distribusi Frekwensi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Brand Loyalty</i>	46
Tabel 4.14 : Hasil Uji Validitas Data	47
Tabel 4.15 : Reliabilitas Instrumen Penelitian	48

Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Normalitas Data.....	48
Tabel 4.17 : Nilai Koefisien Jalur	52
Tabel 4.18: <i>Collonearity Statistic</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual	17
Gambar 3.1 : Model Analisis Jalur	25
Gambar 3.2 : Kerangka Pemecahan Masalah	29
Gambar 4.1 : Grafik Kenormalan Variabel <i>Brand Characteristic</i>	49
Gambar 4.2 : Grafik Kenormalan Variabel <i>Company Characteristic</i>	49
Gambar 4.3 : Grafik Kenormalan Variabel <i>Consumer-brand Characteristic</i>	50
Gambar 4.4 : Grafik Kenormalan Variabel <i>Trust in Brand</i>	50
Gambar 4.5 : Grafik Kenormalan Variabel <i>Brand Loyalty</i>	51
Gambar 4.6 : Hasil Analisis Jalur	54
Gambar 4.7 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur, Jenis Kelamin, pendidikan, pekerjaan dan Pendapatan
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Input Data Dengan *Confirmatory Factor Analysis*
- Lampiran 5 : Distribusi Karakteristik Responden
- Lampiran 6 : Hasil Penilaian Responden
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Data
- Lampiran 8 : Hasil Reliabilitas data
- Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas data
- Lampiran 10 : Hasil Analisis Jalur