



**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 kuisisioner 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

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	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan	
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	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
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	26
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	Srategi 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	Analisi 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
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	

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</i> <i>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

