

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Samsung di
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Oleh :

Nama : TRISNAWATI

Nim : 51413042

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN**

2017

Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK**

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Samsung di
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Trisnawati (NIM: 51413042)

Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian
tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen

Madiun, 15 September 2017
Disetujui dan diterima baik oleh:
Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.,Si.
NIDN: 0713126601

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun



Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun



Skripsi berjudul

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN DAN KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Samsung di
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Trisnawati (NIM:51413042)

Telah dipertahankan di depan tim penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat – syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Progam Studi Manajemen

Madiun, 12 Oktober 2017
Tim Penguji Skripsi

1. Vivi Ariyani, S.E.,M.Sc.
NIDN. 0717128001

()

2. Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.
NIDN. 0721048313

()

3. Dra. Dyah Kurniawati, M.,Si.
NIDN. 0713126601

()

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul: **Analisis Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Samsung di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)** tidak memuat karya orang lain atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam daftar pustaka selayaknya karya ilmiah.

Apabila ternyata terbukti hasil jiplakan, dengan sendirinya skripsi saya batal dan saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut dan hak saya sebagai mahasiswa ditiadakan.

Madiun, 15 September 2017



Trisnawati

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Kau tak akan pernah mampu menyebrangi lautan sampai kau berani berpisah dengan daratan”

(Christopher Colombus)

“Bermimpilah seakan kau akan hidup selamanya. Hiduplah seakan kau akan mati hari ini”

(James Dean)

“Kegagalan ibarat tanda koma dalam sebuah kalimat. Dia membuat jeda, tapi tak membuat henti hingga akhir sebuah titik”

(Hanazulfan)

“Hanya ada 2 pilihan dalam memenangkan kehidupan yaitu keberanian dan keikhlasan. Jika tidak berani maka ikhlaslah menerima. Jika tidak ikhlas maka beranilah mengubahnya”

(@kata2bijakcom)

Kupersembahkan karya ini untuk:

- ✚ Orang tuaku tercinta
- ✚ Kakak dan Adikku tersayang
- ✚ Sahabat dan teman-teman yang selalu memotivasi
- ✚ Almamaterku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan merek terhadap loyalitas merek pada mahasiswa pengguna *smartphone* Samsung di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Sampel dalam penelitian adalah mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah menggunakan *smartphone* Samsung selama 1 tahun atau lebih, yang berjumlah 100 responden dan diambil dengan teknik *judgement sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan merek berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap loyalitas merek. Variabel yang dominan dalam mempengaruhi loyalitas merek adalah karakteristik pelanggan merek, maka sebuah perusahaan perlu mempertahankan kepercayaan konsumen agar loyalitas merek tetap terjaga.

Kata kunci: karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik pelanggan merek dan loyalitas merek

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmatNya serta petunjukNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Samsung di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun)**”. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi prasyarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

Penulisan skripsi ini tentunya tidak akan berhasil tanpa dorongan, bimbingan serta bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, diantaranya:

1. Ibu Vivi Ariyani, S.E.,M.Sc., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
2. Ibu Dra Dyah Kurniawati, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan semangat kepada penulis selama menyusun skripsi
3. Bapak Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc. selaku Wali Studi Program Studi Manajemen angkatan 2013 serta Bapak Ibu dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun yang telah membagikan ilmu sebagai bekal penulis dalam menyusun skripsi.

4. Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
5. Kedua orang tua, Bapak Suwarno dan Ibu Hartini tercinta yang telah senantiasa memberikan motivasi serta dukungan baik secara finansial, mental maupun spiritual bagi penulis selama ini.
6. Kakakku Joko Susilo dan adikku Dewi Umayah yang telah memberikan motivasi, kasih sayang serta keceriaan.
7. Sahabatku Keluarga Keong (April Liya, Elsa, Erni, Fajar Putri dan Yuniati) yang telah menjadi tempat berbagi cerita selama 4 tahun serta mendukung, membantu dan bersama-sama berjuang menyusun skripsi.
8. Sahabat dan teman-teman Manajemen angkatan 2013 Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah memberi dukungan serta semangat.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan penulis, sehingga mengharapkan adanya saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pihak.

Madiun, 15 September 2017

Penulis,

Trisnawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori	8
1. Perilaku Konsumen.....	8
2. Produk.....	11
3. Merek (<i>Brand</i>)	13
4. Kepercayaan Merek	16
a. Karakteristik Merek (<i>Brand Characteristic</i>).....	17
1) Reputasi merek (<i>Brand reputation</i>).....	18
2) Daya prediksi merek (<i>Brand predictability</i>).....	18
3) Kompetensi merek (<i>Brand competence</i>)	19
b. Karakteristik Perusahaan.....	19
1) Kepercayaan pada perusahaan.....	20
2) Reputasi perusahaan	20
3) Motif perusahaan	21
c. Karakteristik Pelanggan-Merek.....	21
1) Kemiripan antara konsep emosional konsumen dan kepribadian merek (<i>Similarity between consumer self-concept dan brand personality</i>).....	22
2) Rasa suka terhadap merek (<i>liking the brand</i>).....	22
3) Pengalaman menggunakan merek (<i>experience with the brand</i>)....	23
5. Loyalitas Merek	23
B. Pengembangan Hipotesis	25
1. Pengaruh karakteristik merek terhadap loyalitas merek.	25
2. Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap loyalitas merek.	26
3. Pengaruh karakteristik pelanggan-merek terhadap loyalitas merek.	27
C. Model Penelitian	28

BAB III METODA PENELITIAN	29
A. Desain Penelitian	29
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel	30
3. Teknik Pengambilan Sampel	30
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
1. Variabel Independen	31
2. Variabel Dependen	31
3. Definisi Operasional Variabel	32
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
E. Data Dan Prosedur Pengumpulan Data	35
1. Sumber Data	35
2. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Teknik Analisis Data	36
1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif.....	36
2. Uji Kualitas Data	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reliabilitas.....	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Multikolinieritas	38
c. Uji Autokorelasi	39
d. Uji Heteroskedastisitas	40
4. Analisis Regresi	40
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	41
6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Universitas Katolik Widya Mandala Madiun	43
1. Visi dan Misi Universitas	44
a. Visi	44
b. Misi.....	44
B. Gambaran Umum <i>Smartphone</i> Samsung.....	45
C. Karakteristik Responden.....	46
D. Hasil Penelitian	48
1. Analisis Statistik Deskriptif	48
2. Uji Kualitas Data	53
a. Uji Validitas dan Realibilitas	53
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Multikolonieritas.....	55
c. Uji Autokorelasi.....	56
d. Uji Heteroskedastisitas	57
4. Analisis Regresi (Uji Regresi Linier Berganda)	58
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	59
6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	59

E.	Pembahasan	62
1.	Pengaruh karakteristik merek terhadap loyalitas merek	62
2.	Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap loyalitas merek	64
3.	Pengaruh karakteristik pelanggan merek terhadap loyalitas merek	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		68
A.	Simpulan	68
B.	Implikasi Manajerial	68
C.	Keterbatasan Penelitian.....	72
D.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Asal	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas Dan Program Studi ...	47
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Karakteristik Merek	48
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Karakteristik Perusahaan	49
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Karakteristik Pelanggan Merek	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	51
Tabel 4.9 Uji Validitas Dan Reabilitas	53
Tabel 4.10 Uji <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolonieritas	55
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Autokorelasi	55
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R^2), Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kepercayaan Merek	15
Gambar 2.2 Model Penelitian	27
Gambar 4.1 Seri <i>Smartphone</i> Samsung	45
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	56
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Karakteristik Merek (X_1) Terhadap Loyalitas Merek (Y)	59
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Karakteristik Perusahaan (X_2) Terhadap Loyalitas Merek (Y)	60
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Karakteristik Pelanggan Merek (X_3) Terhadap Loyalitas Merek (Y)	61

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Karakteristik Responden
- Lampiran 3 Jawaban Pernyataan Responden
- Lampiran 4 Analisis Statistik Deskriptif
- Lampiran 5 Uji Kualitas Data (Uji Reliabilitas dan Validitas)
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Uji Hipotesis (Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Statistik t)
- Lampiran 8 Tabel r, Tabel DW, dan tabel t
- Lampiran 9 Surat Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian