

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KESETIAAN KONSUMEN PADA ROKOK MEREK
DJARUM SUPER DI SURAKARTA**



Skripsi ini ditulis guna melengkapi syarat-syarat untuk
memperoleh Gelar Sarjana S1 Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

WIJAYANTO

B 100 020 057

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi ini dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KESETIAAN KONSUMEN PADA ROKOK MEREK
DJARUM SUPER DI SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

NAMA : WIJAYANTO

NIM : B 100 020 057

Penanda tangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2007

Pembimbing

(BasworoDiby,SE,Msi)

Mengetahui,

Dekan Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. H. Syamsudin, MM)

MOTTO

"Ketahuilah bahwa kemenangan akan datang bersama kesabaran jalan keluar datang bersama kesulitan, dan kemudahan itu ada bersama kesulitan"

(Rasulullah SAW)

"Untuk menjadi berhasil yang dibutuhkan 1% bakat dan 99% keringat ."

(Thomas Alpha Edison)

"You'll never know what you will get until you have really tried !"

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan buat:

1. **Allah SWT**, yg menciptakan isi ala ini tempatku mengerti dan memahami hidup serta kebesaran-MU.
2. Ibu tersayang, untuk setiap tetes keringat yang kau korbankan beserta Doa dan harapan yang kau bisikan dalam mimpiku.
3. Almarhum Bapak yang dengan cinta, pengorbanan, dan kehangatan telah memberiku kekuatan untuk tetap berjuang demi masa depan.
4. Adik tersayang *Nduk(Feny)*, untuk dukungan yang menguatkan langkah ini.
5. Buat *bintangku* yang paling bersinar. Makasih atas dukungan, dorongan, serta inspirasi yang kau berikan dengan kasih sayang, pengertian, derai tawa dan tingkah manjamu. **Keep Shining, Cuz you're only star in my heart.**
6. *"Pakde Bambang dan Budhe Sus. Makasih telah memberiku tempat bernaung selama studi, maapin ya kalo wiwit sering bikin jengkel. He3. Matur Nuwun.*
7. *"Pakde Totok dan Budhe Ratih. Makasih atas nasehat, serta bimbingannya. Matur Nuwun.*
8. *MY Big Family" Bulik Hesti, Bulik Rini, Om Dhoni, Om Manu, Bulik Piah, Pakde Sas dan Budhe. Mas Tomi.*

9. Sahabat-sahabatku "Didit, Pandu, akhirnya gw kelar ni, tunggu gw di Cilegon, Roni akhirnya kita bisa lulus bareng, He3, Dedy sorry kamar lu jadi berantakan setiap gw datang. Makasih atas semua persahabatan yang kita jalani. Sukses buat semua.
10. *Teman kongkow-kongkow dikost IPN : Agung N, Agung Wibowo, Antoni, Budi, Dedy, Demos, Edo, Fuad, Haryanto, Heru, Nofx, Randy, Roni, Saifurrijal Ayo bangun kita raih cita-cita.*
11. *Buat kelas A angkatan 2002 : Adi, Adhitia, Alfian, Amelia, Bina, Catrina, Defita, Tewe, Taufiq, Untari, Danik, Erna, Hermanto, Luqman, Heny, Naniek, Nurul, Novi, Nurul cilik, Nindita, Eko Petruk, Riri, Rian, Riyana, Ita Santos, Tini, Win, Yuli, dan yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu. Ayo pren kita kejar hari esok.*
12. Teman-teman yang sudah banyak membantu dalam penyusunan skripsi dan tidak bisa aku sebutkan satu persatu. *Thank You.*
13. *"Thank For My Amd Athlon Machine"* yang setia menghibur dan sering begadang dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah serta inayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi dengan judul.

”PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP KESETIAAN KONSUMEN PADA ROKOK MEREK DJARUM SUPER DI SURAKARTA”.

Ini dapat terselesaikan

Penyusunan skripsi ini dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Surakarta ini dalam proses penyelesaiannya tak lepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. **Drs. H. Syamsudin, MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. **Drs. Agus Muqorobin, MM** selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. **Dra. Maburroh, MM**, selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan dengan sabar dan bijak.
4. **Basworo Dibyo,SE,Msi** selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan arif dan bijaksana telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

5. **Bapak dan Ibu dosen** pengajar jurusan Manajemen yang telah berkenan untuk memberikan ilmunya.
6. Almarhum Bapak (**Pudjono**), Ibu (**Sasiwiyati**)
7. Semua pihak yang belum aku sebut, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak..
Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 2007

Penulis

Wijayanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian.....	6
1. Bagi Perusahaan.....	6
2. Bagi Ilmu Pengetahuan.....	6
3. Bagi Peneliti Lain	7
4. Bagi Peneliti.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

A. Tinjauan Pustaka	8
1. Merek.....	8
2. Loyalitas Merek.....	14
3. Kepercayaan Atas Merek	21
4. Reputasi Merek.....	22
5. Prediksi Atas Merek	22
6. Reputasi Perusahaan.....	23
7. Integritas Perusahaan.....	23
8. Kepercayaan Atas Perusahaan.....	23
9. Pengalaman	23
10. Kesukaan Atas Merek	23
11. Kepuasan	24
B. Hasil Penelitian Sebelumnya	28
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Teoritik	30
B. Hipotesis	31
C. Desain Penelitian	31
D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	32
1. Populasi	32
2. Sampel	32
3. Teknik Sampling	33
E. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional	34
1. Teknik Pengukuran Variabel.....	34

2. Definisi Operasional.....	34
F. Instrumen Penelitian.....	37
G. Sumber Data	37
H. Metoda Pengumpulan Data	38
I. Metode Analisis Data	38
1. Pengujian Instrumen Penelitian.....	38
2. Pengajuan Hipotesis	40
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Subyek Penelitian	46
1. Aspek Pemerintahan Kecamatan Kartasura	46
2. Aspek Geografis Kecamatan Kartasura.....	47
3. Aspek Kependudukan Kecamatan Kartasura	49
B. Hipotesis.....	52
1. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
2. Frekuensi Reponden Berdasarkan Usia.....	52
3. Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	53
4. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan/ Mata Pencarian	53
C. Pengajuan Instrumen Penelitian	54
1. Uji Validitas.....	54
2. Uji Reliabilitas.....	58
D. Pengujian Hipotesis Penelitian	59
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	

A. Kesimpulan	67
B. Saran	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Ilustrasi Psoses Permerekan dari Waktu ke waktu.....	12
Gambar 2.2. Ilustrasi Proses Konsumen	12
Gambar 2.3.Piramida loyalitas	17
Gambar 2.4. Fungsi Loyalitas	18
Gambar 2.5. Kategori Loyalitas menurut Jacoby dan Chestnut.....	19
Gambar 2.6. Empat Tahap Loyalitas.....	20
Gambar 2.7. Model Kepuasan Konsumen	26
Gambar 2.8. Kerangka Teoritis.....	30

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Pembagian wilayah Administrasi Pemerintahan.....	46
Tabel 4.2. Pemabagian Luas Wilayah dan Prosentasenya	48
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.4. Luas, Jumlah Penduduk, dan Kepadatan Penduduk	50
Tabel 4.5. Pembagian Penduduk Menurut Kelompok Umur	51
Tabel 4.6. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.7. Frekuensi Responden Berdasrkan Usia.....	52
Tabel 4.8. Frekuensi Responden Berdasrkan Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4.9. Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan / Mata Pencaharian ...	53
Tabel 4.10. Uji Validitas Variabel Reputasi Merek.....	55
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Prediksi atas Merek.....	55
Tabel 4.12. Uji Validitas Reputasi Perusahaan.....	56
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel Integritas Perusahaan	56
Tabel 4.14. Uji Variabel Kepercayaan Terhadap Perusahaan.....	56
Tabel 4.15. Uji Validitas Pengalaman Terhadap Merek.....	57
Tabel 4.16. Uji Validitas Variabel Kesukaan Terhadap Merek	57
Tabel 4.17. Uji Validitas Variabel Kepuasan Terhadap Merek	57
Tabel 4.18. Uji Validitas Loyalitas Terhadap Merek.....	58
Tabel 4.19. Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.20. Hasil t-test	60

Tabel 4.21. Hasil F-test.....	65
Tabel 4.22. Hasil R ²	65

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap kesetiaan konsumen pada rokok merek djarum super di surakarta. terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan kepercayaan merek dari barang-barang konsumsi (*Consumer good*) serta menyelidiki bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi loyalitas terhadap merek.

Berdasarkan hasil analisa data secara parsial menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara reputasi merek t_{hitung} (3,476) , prediksi atas merek t_{hitung} (3,429), reputasi perusahaan t_{hitung} (2,299), kepercayaan atas perusahaan t_{hitung} (2,084), pengalaman atas merek t_{hitung} (3,633), kesukaan atas merek t_{hitung} (2,102), kepuasan atas merek t_{hitung} (2,191), terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan variabel integritas perusahaan t_{hitung} (0,126) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Tetapi secara serentak semua variabel kepercayaan atas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen yang ditunjukkan dari F_{hitung} (171,505) dengan tingkat signifikansi 0,0000. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa **secara bersama-sama** reputasi perusahaan, prediksi atas merek, reputasi perusahaan, integritas perusahaan, kepercayaan atas perusahaan, pengalaman atas merek, kesukaan atas merek, dan kepuasan atas merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas atas merek.