

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN
OBAT BATUK KOMIX**
(Studi Pada Masyarakat Kelurahan Wonokarto Kecamatan Wonogiri
Kabupaten Wonogiri)



SKRIPSI

**Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

GANANG TRI SETYANTO
B 100 080 093

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK PADA KONSUMEN OBAT BATUK KOMIX** (Studi Pada
Masyarakat Kelurahan Wonokarto Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri)

Yang ditulis oleh:

GANANG TRI SETYANTO

B. 100 080 093

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Agustus 2012

Pembimbing



(Drs. Wiyadi, MM, Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, S.E., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ganang Tri Setyanto
NIRM : 08.6.106.02016.500093
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Konsumen Obat Batuk Komix (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Wonokarto Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Agustus 2012

Yang membuat pernyataan


Ganang Tri Setyanto

Motto

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguhnya (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap
(Qs. Al Tusyirah : 6-8)*

Yang terbaik adalah yang berjiwa besar, memberi tanpa pilih kasih dan tidak menyakiti perasaan orang lain.

Ngadeg Pucaking Gunung Gujengan Srengenge Wulan

PERSEMBAHAN

Kepersembahkan karya kecil ini untuk :

*Ibuku tersayang yang telah mncintai aku setulus hati, tanpamu aku
tak berarti.*

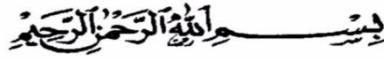
*Bapakku, terima kasih atas kasih sayang dan pengorbanan yang
bapak berikan.*

Kakak & adikku

*(Widi Astuti Ari S, Yunta Erma Wati, Ratna Wulandari, Yuli Maya
Sari) terimakasih kalian yang telah memberi dorongan dan doa dalam
studi ini.*

*Semua sahabat dan teman-temanku yang selalu bersedia membantuku,
mendukungku, dan menyemangatiku.*

KATA PENGANTAR



Assalamu' alaikum Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati, penulis tengadahkan jemari kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KONSUMEN OBAT BATUK KOMIX (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Wonokarto Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri)”**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada ;

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Wiyadi, MM, Ph.D, Selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Jati Waskito, SE, MM, Selaku pembimbing akademik yang senantiasa memberikan binaan di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak (Mujiyanto) dan Ibu (Sri Mularsih) yang telah memberikan cinta, kasih sayang dan semangat hingga dapat menyelesaikan kuliah dengan lancar.
6. Kakak dan adikku, Widi Astuti Ari Setyaningsih, Yunita Erma, Ratna Wulandari dan Yuli Maya Sari terima kasih sudah memberikan semangat untuk kuliah dan skripsiku ini.
7. Semua pihak yang telah ikut berpartisipasi yang tidak mampu di sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi referensi dalam ilmu pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritikan yang sifatnya membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| ABSTRAKSI | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah..... | 4 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 4 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| E. Sistematika Penyusunan Skripsi..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| A. Pengertian Merek..... | 7 |
| B. Loyalitas Merek..... | 9 |
| C. Kepercayaan Terhadap Merek..... | 12 |
| D. Karakteristik Merek..... | 13 |
| E. Karakteristik Perusahaan | 15 |
| F. Karakteristik Konsumen-Merek | 17 |
| G. Penelitian Terdahulu..... | 19 |
| H. Kerangka Pemikiran | 20 |
| I. Hipotesis | 21 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN | 22 |
| A. Populasi dan Sampel..... | 22 |
| B. Metode Pengambilan Sampel | 22 |
| C. Jenis dan Sumber Data | 23 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 24 |
| E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian | 25 |
| F. Pengujian Instrumen Penelitian | 26 |
| G. Metode Analisis Data | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 34 |
| A. Deskripsi Responden | 34 |

| | | |
|----------------|--|----|
| | B. Pengujian Instrumen Penelitian..... | 36 |
| | C. Pembahasan | 49 |
| BAB V | PENUTUP | 52 |
| | A. Simpulan | 52 |
| | B. Keterbatasan Penelitian | 53 |
| | C. Saran | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Tabel IV. 1. Karakteristik Jenis Kelamin | 34 |
| Tabel IV. 2. Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden | 35 |
| Tabel IV. 3. Karakteristik Pekerjaan..... | 35 |
| Tabel IV. 4. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Merek..... | 37 |
| Tabel IV. 5. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Perusahaan..... | 37 |
| Tabel IV. 6. Hasil Uji Validitas Variabel Karakteristik Konsumen-Merek | 38 |
| Tabel IV. 7. Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek | 38 |
| Tabel IV. 8. Hasil Uji Reliabilitas..... | 39 |
| Tabel IV. 9. Hasil Uji Normalitas | 41 |
| Tabel IV. 10. Hasil Uji Multikolinieritas | 42 |
| Tabel IV. 11. Hasil Uji Heterokedastisitas | 42 |
| Tabel IV.12. Hasil Uji t | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|---------|
| Gambar II. 1. Kerangka Pemikiran | 21 |

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada konsumen obat batuk Komix, baik secara parsial maupun simultan dan menganalisis variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap loyalitas merek pada konsumen obat batuk Komix.

Sampel dalam penelitian ini yaitu sebagian dari masyarakat Kelurahan Wonokarto Kecamatan Wonogiri Kabupaten Wonogiri yang pernah mengkonsumsi obat batuk Komix, dan mereka masuk dalam katagori berusia remaja atau dewasa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sample*, dengan sampel sebanyak 100 orang.

Dalam menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada konsumen obat batuk Komix, hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 0,208 + 0,227 X_1 + 0,399 X_2 + 0,205 X_3$. Dari hasil uji t variabel karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik konsumen-merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek. Variabel karakteristik perusahaan mempunyai pengaruh paling dominan, karena koefisien beta menunjukkan nilai lebih besar dibandingkan variabel karakteristik merek dan karakteristik konsumen-merek. Dari hasil uji F menunjukkan keseluruhan variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: ***Karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik konsumen-merek, loyalitas merek.***