

**PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK**

**YAMAHA MOTOR
JAKARTA**

Oleh :

Nama : Louis Budihardja

NIM : 20160040

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS**

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2020



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK YAMAHA MOTOR

JAKARTA

Diajukan Oleh :

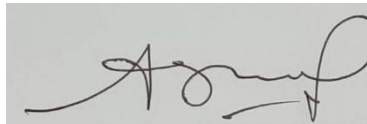
Nama : Louis Budihardja

NIM : 20160040

Jakarta, 15 Oktober 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Ir. Dergibson Siagian, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Louis Budihardja / 20160040 / 2020 / Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Yamaha Motor Jakarta / Pembimbing : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

Dalam era globalisasi, perubahan pesat pada transportasi ikut membawa dampak positif bagi perkembangannya serta kemudahan bagi manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari, transportasi yang banyak digunakan di Indonesia adalah sepeda motor. Yamaha adalah merek sepeda motor di Indonesia yang di distribusikan oleh PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. Dalam kondisi persaingan yang kompetitif, faktor-faktor seperti identitas merek, loyalitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek merupakan hal yang penting dalam menunjang kesuksesan perusahaan. Dengan membuat konsumen memiliki sikap loyal dan percaya terhadap produk, konsumen akan mengingat identitas akan merek tersebut. Hal tersebut akan meningkatkan citra merek serta kepercayaan terhadap merek dan membuat konsumen memiliki niat untuk membeli kembali. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Yamaha Motor.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi identitas merek, loyalitas merek, citra merek, dan kepercayaan merek. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara identitas merek terhadap citra merek, identitas merek terhadap kepercayaan merek, identitas merek terhadap loyalitas merek, citra merek terhadap kepercayaan merek, citra merek terhadap loyalitas merek, kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.

Obyek penelitian ini adalah produk sepeda motor Yamaha. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi. Oleh karena itu, kuesioner *online* disebar melalui media *Google Docs* sebanyak 154 responden yang memiliki sepeda motor Yamaha. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan WarpPLS 7.0 dan SPSS 25.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa identitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek, identitas merek berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepercayaan merek, identitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek, citra merek berpengaruh positif secara langsung dan secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Kesimpulan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat oleh peneliti menunjukkan bahwa pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek melalui citra merek dan kepercayaan merek Yamaha Motor Jakarta telah terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Kata Kunci : Identitas Merek , Loyalitas Merek , Citra Merek , Kepercayaan Merek



ABSTRACT

Louis Budihardja / 20160040 / 2020 / Effect of Brand Identity on Brand Loyalty through Brand Image and Brand Trust of Yamaha Motor Jakarta / Advisor : Ir. Dergibson Siagian, M.M.

In the era of globalization, the evolution of transportation has become an important subject for the convenience of people's daily life, and in Indonesia, the motorcycle is by far one of the most used form of transportation. Yamaha is a motorcycle brand that is distributed by PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. With the never ending competitive business world, factors, for instance; brand loyalty, brand image and brand trust, are critical elements for the succession of a company. By making consumers to be loyal and to trust a product, that will encourage consumers to remember the identity of that particular brand, and in addition, it will boost the brand's image positively so the consumers eventually will buy more products in the future. Thus, I am interested in doing further research on this topic.

The theory used to support this research are; the definition of brand identity, brand loyalty, brand image and brand trust, followed with theory regarding the relation between the four respective definitions, such as; brand identity against brand image, brand identity against brand trust, brand identity against brand loyalty, brand image against brand trust, brand image against brand loyalty and brand trust against brand loyalty.

This research focused on motorcycle produced by Yamaha. Methods taken to collect data is Communication. Hence, online questionnaire is broadcasted through Google Docs to 154 respondents who own and operate a motorcycle. Furthermore, the procedure for this research is employing Structural Equation Model by using WarpPLS 7.0 and SPSS 25.

After receiving and analysing the response gathered using the methods and procedures mentioned above, the results imply that brand identity have a significant positive impact for brand loyalty, brand identity have a significant positive impact for brand trust, brand identity have a significant positive impact for brand image, brand image have a significant positive impact for brand trust, brand image have a significant positive impact for brand loyalty and brand trust have a significant positive impact for brand loyalty.

The conclusions from the research results and the conclusions made by the researcher indicate that the effect of brand identity on brand loyalty through brand image and brand trust of Yamaha Motor Jakarta has been shown to have a positive and significant effect.

Keywords : Brand Identity , Brand Loyalty , Brand Image , Brand Trust

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan rahmat-Nya, tugas akhir dengan judul “Pengaruh Identitas Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Citra Merek dan Kepercayaan Merek Yamaha Motor” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis lainnya untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, bantuan, dukungan dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Dergibson Siagian, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran didalam memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan kepada peneliti dengan sabar di dalam melakukan proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen Institut Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada penulis hingga pada akhir studi kuliah.
3. Para karyawan di BAAK, perpustakaan, dan *copy centre* di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.



4. Terima kasih kepada orang tua, kakak pertama, dan kakak kedua yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi ini baik melalui semangat, hiburan, nasehat dan doa sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

5. Terima kasih kepada Kak Indira yang telah mendukung dan menyemangati dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Terima kasih kepada sahabat-sahabat peneliti, Sisi, Adel, Sarah, Giwang, Jonh, Yosua, Jordan, Johdy, Kristian, Eithel, James, Nando, Timothy, Ivandear yang telah mendukung, menyemangati, mendoakan, membantu, dan menghibur peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman dari Komunitas Keluarga Mahasiswa Katolik Kwik Kian Gie yang tak henti-hentinya menemani dan mendukung saya dalam pelayanan serta penyusunan skripsi.

8. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para penelitian selanjutnya.

Jakarta, Oktober 2020

Penulis

Louis Budihardja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Batasan Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	6
F. Tujuan Penelitian	6
G. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis	8
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Pemikiran	16
D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Objek Penelitian	21
B. Desain Penelitian	21
C. Variabel Penelitian	23
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data	27
F. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



B.	Persentase Responden berdasarkan Pengalaman Memiliki Sepeda Motor Yamaha.....	40
C.	Analisis Deskriptif.....	41
1.	Uji Validitas	41
2.	Uji Reliabilitas	43
3.	Profil Responden	44
4.	Analisis Variabel	46
5.	Penilaian Model Fit	53
6.	Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis	54
D.	Hasil Penelitian.....	57
E.	Pembahasan.....	59
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		65
A.	Kesimpulan.....	65
B.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN-LAMPIRAN		70

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1 Butir Pertanyaan <i>Brand Loyalty</i>	23
Tabel 3.2 Butir Pertanyaan <i>Brand Identity</i>	24
Tabel 3.3 Butir Pertanyaan <i>Brand Image</i>	24
Tabel 3.4 Butir Pertanyaan <i>Brand Trust</i>	26
Tabel 4.1 Persentase Responden berdasarkan Pengalaman Memiliki Sepeda Motor Yamaha.....	40
Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i>	41
Tabel 4.3 Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Identity</i>	42
Tabel 4.4 Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.5 Pengujian Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.7 Persentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.8 Persentase Responden berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.9 Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.10 Skor Rata-Rata <i>Brand Loyalty</i>	46
Tabel 4.11 Skor Rata-Rata <i>Brand Identity</i>	48
Tabel 4.12 Skor Rata-Rata <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.13 Skor Rata-Rata <i>Brand Trust</i>	52
Tabel 4.14 Hasil Evaluasi Model Struktural.....	54
Tabel 4.15 Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	55
Tabel 4.16 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	55
Tabel 4.17 Pengaruh Total Antar Variabel.....	56

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak Cipta Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Sepeda Motor Berdasarkan AISI Tahun 2009-2018.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1 Diagram Path.....	37
Gambar 4.1 Logo dan Slogan Yamaha.....	39
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis.....	55



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	70
A. Brand Loyalty.....	71
B. Brand Identity.....	71
C. Brand Image.....	72
D. Brand Trust.....	73
Lampiran 2 Hasil Output.....	74
1. Uji Validitas (Factor Loading and P-Value)	74
2. Realibilitas.....	75
3. Profil Responden.....	75
4. Statistik Deskriptif Setiap Variabel.....	77
5. Pengaruh Langsung Antar Variabel.....	92
6. Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel.....	92
7. Total Pengaruh Antar Variabel.....	93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.