

**PENGARUH KARAKTERISTIK-KARAKTERISTIK MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI  
KEPERCAYAAN MEREK SEBUAH  
STUDI PADA PENGGUNA  
MINYAK GOSOK  
CAP TAWON**

Oleh:

**Nama : Yabes Alfrets Sumampouw**

**NIM : 25090474**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Juli 2013**

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

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.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH KARAKTERISTIK KARAKTERISTIK MERKEK  
TERHADAP LOYALITAS MERKEK MELALUI  
KEPERCAYAAN MERKEK SEBUAH  
STUDI PADA PENGGUNA  
MINYAK GORENG  
CAP TAWON

Digubik oleh

Nama: Yohanes Albertus Susanto

NIM: 25020114

Jakarta, 25 Juli 2013

Ditandatangani oleh

Dekan Fakultas

(Dr. Bilson Simanungat

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013

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

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

Yebes Afrets Sumampouw / 25090474 / 2013 / Pengaruh Karakteristik-Karakteristik Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Kepercayaan Merek sebuah studi pada pengguna Minyak Gosok Cap Tawon / Pembimbing: Dr. Bilson Simamora.

Minyak gosok merupakan obat yang sifatnya wajib dimiliki oleh orang-orang pada kehidupan di rumah tangga. PT Tawon Jaya Makassar ialah salah satu produsen obat minyak yang bermerek Minyak Gosok Cap Tawon, atau lebih sering dikenal dengan Minyak Tawon. Beberapa teori mengatakan bahwa dengan promosi massal melalui iklan akan menghasilkan *exchange* yang sesuai dengan pemasaran perusahaan tersebut. Namun berbeda dengan kasus Minyak Gosok Cap Tawon yang tidak pernah menggunakan promosi secara massal melalui iklan, tetapi produk obat minyak tersebut selalu terus menerus dibeli oleh konsumen. Pertanyaannya mengapa hal itu bisa terjadi? Maka dari itu penulis melakukan penelitian ini.

Merek adalah sesuatu yang hal yang membedakan dengan nama, tanda, istilah, atau simbol yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa. Kepercayaan terhadap merek merupakan kesediaan untuk mengandalkan merek agar memenuhi kebutuhan konsumen terhadap merek yang mereka harapkan baik.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif, dengan melakukan survei melalui kuesioner metode *judgment sampling*. Periode penelitiannya adalah April 2013 – Juni 2013.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh prediktabilitas merek, kesukaan merek, dan reputasi merek terhadap kepercayaan merek Minyak Gosok Cap Tawon, dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek Minyak Gosok Cap Tawon.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah prediktabilitas merek, kesukaan merek, dan reputasi merek memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepercayaan merek pada merek Minyak Gosok Cap Tawon.

penyebutkan sumber:  
a. Pengutipan nama untuk kepentingan pendidikan,  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

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

## ABSTRACT

Yebes Afrets Sumampouw / 25090474 / 2013 / Pengaruh Karakteristik-Karakteristik Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Kepercayaan Merek sebuah studi pada pengguna Minyak Gosok Cap Tawon / Pembimbing: Dr. Bilson Simamora.

An unguent is a compulsory drug that everyone should have to live in the household. PT Tawon Jaya Makassar is one of the drug manufacturers oil named Minyak Gosok Cap Tawon or well known as Minyak Tawon. Some theories said that mass promotion through advertisement will bring about exchange in accordance with the company's marketing. However, unlike a case of Cap Tawon unguent that never uses bulk-promotion through advertisement, this product has always been continually purchased by consumers. The question is, why does it happen? From this question, it triggers the writer to do some research on this issue.

Brand is something that distinguish by name, sign, terms, or symbol that identifies the maker or seller of products or services. The brand credibility as a willingness to rely on the brand to meet the needs of consumers towards the brand they expect better.

Methods of research used by the writer are descriptive research method, research approaches with doing the survey using questionnaire, and using judgment sampling methods. The research period was held from April 2013 until June 2013.

The result of this research showed that there is an influence of the predictability of brand, brand liking, and brand reputation towards brand trust of Cap Tawon unguent, and brand trusts influence their loyalty towards Minyak Gosok Cap Tawon.

The conclusion of this research is that brand predictability, brand liking, and brand reputation have a significant correlation towards brand trust of Minyak Gosok Cap Tawon



©

Hak Cipta milik IBIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Tidak diperbolehkan untuk menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan isi dari karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.

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



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
1. HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Identifikasi Masalah .....	3
D. Batasan Penelitian .....	4
E. Tujuan Penelitian .....	4
F. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II BELAAS PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	6
A. landasan Teori .....	6
1. <i>Brand</i> .....	6
2. <i>Brand Trust</i> .....	9
3. <i>Brand Loyalty</i> .....	14
a. Pengertian Loyalitas Merek .....	14
b. Fungsi Loyalitas Merek .....	15
c. Tingkatan Loyalitas Merek .....	16





d. Pengukuran Loyalitas Merek .....	19
B. Kerangka Penelitian dan Hipotesis .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	24
1. A. Objek Penelitian .....	24
B. Desain Penelitian .....	24
C. Variabel Penelitian .....	26
D. Teknik Pengumpulan Data .....	28
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
F. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	38
A. Profil Perusahaan .....	38
B. Analisis Data .....	42
1. Uji Validitas .....	42
2. Uji Reliabilitas .....	45
3. Profil Responden .....	48
4. Analisis Deskriptif .....	52
5. Uji Asumsi Klasik .....	64
6. Uji Hipotesis.....	66
C. Hasil Penelitian .....	72
D. Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	78
A. Kesimpulan .....	78
B. Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN .....	82

Hak cipta ini dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. Pengujiannya hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian .....	27
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Prediktabilitas Merek.....	42
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kesukaan Merek .....	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Kompetensi Merek.....	43
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Reputasi Merek .....	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek .....	44
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek .....	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Prediktabilitas Merek .....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Kesukaan Merek .....	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Kompetensi Merek .....	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Reputasi Merek .....	47
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek .....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Merek .....	47
Tabel 4.13	Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.....	48
Tabel 4.14	Komposisi responden berdasarkan usia.....	49
Tabel 4.15	Komposisi responden berdasarkan pekerjaan .....	50
Tabel 4.16	Komposisi responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	51
Tabel 4.17	Tanggapan responden mengenai Prediktabilitas Merek .....	52
Tabel 4.18	Tanggapan responden mengenai Kesukaan Merek.....	54
Tabel 4.19	Tanggapan responden mengenai Kompetensi Merek.....	56
Tabel 4.20	Tanggapan responden mengenai Reputasi Merek .....	58
Tabel 4.21	Tanggapan responden mengenai Kepercayaan Merek .....	60
Tabel 4.22	Tanggapan responden mengenai Loyalitas Merek.....	62
Tabel 4.23	Uji Normalitas Regresi Multivariabel .....	64

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





Tabel 4.24: Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4.25: Uji F Regresi Linier Berganda .....	67
Tabel 4.26: Uji t Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4.27: Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda .....	69
Tabel 4.28: Uji F Regresi Linier Sederhana .....	70
Tabel 4.29: Uji t Regresi Linier Sederhana .....	71
Tabel 4.30: Koefisien Determinasi Regresi Linier Sederhana .....	72

**Ha cipa millia IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Ha cipa millia IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	83
Lampiran 2: Output Frekuensi Kuesioner.....	86
Lampiran 3: Output Validitas .....	89
Lampiran 4: Output Reliabilitas.....	100
Lampiran 5: Output Uji Asumsi Klasik .....	104
Lampiran 6: Output Regresi.....	110
Lampiran 7: Foto Minyak Gosok Cap Tawon .....	114
Lampiran 8: Data Kuesioner .....	115

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



- Hak Cipta dilindungi Undang-undang
- Ditangguhkan sepenuhnya sebagai atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.