

**Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas
Merek Pada Produk *Hand Body Lotion* CITRA (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen S-I

Nama : Irmawati

NIM : 43107010006



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

**Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas
Merek Pada Produk *Hand Body Lotion* CITRA (Studi Pada Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Mercu Buana)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Irmawati

NIM : 43107010006



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2011

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irmawati
NIM : 43107010006
Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 28 Juli 2011

Tanda Tangan

(Irmawati)
NIM: 43107010006

PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Irmawati
NIM : 43107010006
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra
Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Pada
Produk *Hand Body Lotion* CITRA (Studi Pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler Universitas
Mercu Buana)
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2011

Disahkan Oleh:

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Daru Asih, SE., M.Si)

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen S-1

(Dr. Enny Ariyanto.M.Si)

(H. Arif Bowo Prayoga K, SE,MM)

Tanggal :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek
Pada Produk *Hand Body Lotion* CITRA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Reguler Universitas Mercu Buana)

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Irmawati

43107010006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Juli 2011

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Daru Asih, SE., M.Si)

Anggota Dewan Penguji II

(Tafiprios.SE.MM)

Anggota Dewan Penguji III

(Drs. Wawan Purwanto.SE.MM)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT. Atas rahmat dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk *Hand Body Lotion* CITRA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Mercu Buana)”. Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapatkan petunjuk dan bimbingan dari berbagai pihak. Dengan hati yang tulus dan penghargaan yang setinggi – tingginya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Enny Ariyanto.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak H.Arif Bowo Prayoga K, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Daru Asih, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak petunjuk dan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Luna Haningsih, SE.,ME selaku pembimbing akademik yang telah banyak membantu memberikan petunjuk dan saran.

5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan selama penulis mengikuti perkuliahan sampai terselesainya skripsi ini.
6. Yang terkasih Mamaku dan Ayahku tersayang, terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah sehingga penulis bisa mengenyam pendidikan kuliah dan dapat lulus berkat doa Mama dan Ayah. Untuk kakak-kakakku serta para keponakan, terutama Abangku Ochid yang telah membantu membimbingku dalam proses skripsi ini dan yang telah memberikan dukungan material, semangat dan doa.
7. Kepada sahabatku Sakinatun (Atoen) dan Mawar Nita, gank Chablakers (Riri dan Wulan), serta Anisa, Luly, dan Nurparida yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
8. Kepada Teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen S1 Angkatan 2007, dan anak-anak LIMBAT, serta yang tidak dapat disebutkan satu persatu terima kasih atas semangat dan dukungannya.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun cara penulisan, yang harus diperbaiki. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan rekan – rekan mahasiswa/i yang memerlukan.

Jakarta, Juni 2011

Penulis

Irmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
RIWAYAT HIDUP.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Pengertian Produk	8

2.2.1	Lima Tingkatan Produk.....	9
2.2.2	Klasifikasi Produk.....	9
2.3	Pengertian Merek	12
2.4	Loyalitas Merek	14
2.5	Kepercayaan Merek	18
2.6	Citra Perusahaan.....	19
2.7	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	20
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Deskripsi Objek Penelitian	22
3.1.1	Gambaran Umum perusahaan	22
3.1.2	Gambaran Produk.....	23
3.2	Desain Penelitian.....	26
3.3	Hipotesis Penelitian.....	27
3.4	Jenis dan Sumber Data	27
3.5	Populasi dan Sampel	27
3.5.1	Populasi.....	27
3.5.2	Sampel.....	28
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	39
3.7	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	30
3.7.1	Variabel Penelitian].....	30
3.7.2	Definisi Operasional dan Skala Pengukurannya	31
3.8	Metode Analisis Data.....	33
3.8.1	Uji Reliabilitas	33

3.8.2	Uji Validitas	34
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3.1	Uji Normalitas	35
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	36
3.8.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	36
3.8.4	Analisis Regresi Berganda	37
3.8.5	Pengujian Hipotesis.....	38

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Responden	41
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku ...	42
4.1.3	Karakteristik Lamanya Responden Menggunakan <i>Hand Body Lotion Citra</i>	43
4.1.4	Karakteristik Sumber Informasi Responden	44
4.2	Analisis Hasil Kuesioner.....	44
4.2.1	Analisis Hasil Kuesioner Tentang Kepercayaan Merek	45
1.	Tanggapan responden mengenai, Anda sangat mempercai <i>hand body lotion Citra</i> sebagai <i>hand body lotion</i> terbaik.....	45
2.	Tanggapan responden mengenai Kualitas Produk <i>hand body lotion Citra</i> sangatlah terjamin dan bagus.....	46

3. Tanggapan responden mengenai <i>Hand body lotion</i> Citra yang memiliki ciri khas berbeda dengan produk <i>hand body lotion</i> lainnya.....	47
4.2.2 Analisis Hasil Kuesioner Tentang Citra Perusahaan ...	50
1. Tanggapan responden mengenai Perusahaan Unilever selalu menjaga kualitas dan melakukan inovasi terbaru pada produk-produknya terutama pada produk Citra	50
2. Tanggapan responden mengenai Kemampuan perusahaan dalam hal memasarkan dan memproduksi produk-produknya sudah tidak diragukan lagi	51
3. Tanggapan responden mengenai Perusahaan selalu melakukan kegiatan sosial di lingkungan sekitar	52
4. Tanggapan responden mengenai Produk-produk yang dikeluarkan perusahaan selalu disukai dan dapat dipercayai oleh konsumennya	54
4.2.3 Analisis Hasil Kuesioner Loyalitas Merek	56
1. Tanggapan responden mengenai Anda selalu ingin membeli ulang merek <i>hand body lotion</i> Citra	56

2. Tanggapan responden mengenai, “Anda akan merekomendasikan merek Citra kepada konsumen <i>hand body lotion</i> yang belum memakai Citra	57
3. Tanggapan responden mengenai Anda bersedia untuk membayar lebih tinggi dalam membeli merek <i>hand body lotion</i> Citra	58
4. Tanggapan responden mengenai, “Anda tidak akan melakukan pembelian bila tidak tersedia merek <i>hand body lotion</i> Citra dan tidak akan menggantinya dengan merek lain	59
4.2.4 Uji Reliabilitas	61
4.2.5 Uji Validitas	62
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	63
4.2.6.1 Uji Normalitas	63
4.2.6.2 Uji Multikolonieritas	64
4.2.6.3 Uji Heterokedastisitas	64
4.2.7 Uji Regresi Berganda	66
a. Analisis Determinasi	66
b. Uji hipotesis parsial (Uji t)	67
c. Uji F	69

BAB V . SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
 DAFTAR PUSTAKA	 74
LAMPIRAN	75



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jumlah mahasiswa terdaftar Aktif S-1 regular Fakultas Ekonomi Mercu Buana Jakarta.....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel.....	32
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku	42
Tabel 4.3 Lama Responden Menggunakan <i>Hand Body Lotion</i> Citra.....	43
Tabel 4.4 Sumber Informasi Responden	44
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Anda Sangat Mempercayai <i>Hand body lotion</i> Citra sebagai <i>hand body</i> <i>lotion</i> Terbaik	46
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk <i>hand</i> <i>body lotion</i> Citra Sangatlah Terjamin dan Bagus.....	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai <i>Hand body lotion</i> Citra yang Memiliki Ciri Khas Berbeda dengan Produk <i>Hand</i> <i>body lotion</i> lainnya.....	48
Tabel 4.8 Rekapitalisasi tentang Kepercayaan Merek.....	49
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Unilever Selalu Menjaga Kualitas dan Melakukan Inovasi Terbaru pada Produk-produknya Terutama pada Produk Citra	50

Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Perusahaan dalam Hal Memasarkan dan Memproduksi Produk-produknya Sudah Tidak Diragukan Lagi	51
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Perusahaan Selalu Melakukan Kegiatan Sosial di Lingkungan Sekitar	52
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Produk-produknya yang Dikeluarkan Perusahaan Selalu Disukai dan Dapat Dipercayai oleh Konsumennya.....	54
Tabel 4.13	Rekapitalisasi tentang Citra Perusahaan.....	55
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Anda selalu ingin membeli ulang merek <i>hand body lotion</i> Citra	56
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Anda akan merekomendasikan merek Citra kepada konsumen <i>hand body lotion</i> yang belum memakai Citra	57
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Anda bersedia untuk membayar lebih tinggi dalam membeli merek <i>hand body lotion</i> Citra	58
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Anda tidak akan melakukan pembelian bila tidak tersedia merek <i>hand body lotion</i> Citra dan tidak akan menggantinya dengan merek lain.....	59
Tabel 4.18	Rekapitalisasi tentang Loyalitas Merek	60
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas	61

Tabel 4.20	Uji Validitas	62
Tabel 4.21	Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.22	Model Summary.....	66
Tabel 4.23	Uji t.	67
Tabel 4.24	Uji F	69



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual	21
Gambar 4.1 Uji heterokedastisitas.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	75
Lampiran 2	Daftar Pertanyaan Kuesioner	76
Lampiran 3	Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 4	Output Olah Data SPSS	83

