

TESIS

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI NILAI,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MEREK**

(Studi pada Konsumen Produk Shampoo di Yogyakarta)



DAVID ANTONIUS HALOMOAN HUTAHAEAN

No. Mhs: 115001667/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASAJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

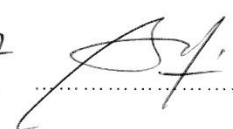
Nama : **DAVID ANTONIUS HALOMOAN HUTAHAEAN**
Nomor Mahasiswa : 115001667/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, dan
Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek (Studi
pada Konsumen Produk Shampoo di Yogyakarta)

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

31/05/17 



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASAJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : **DAVID ANTONIUS HALOMOAN HUTAHAEAN**
Nomor Mahasiswa : 115001667/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, dan
Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek (Studi
pada Konsumen Produk Shampoo di Yogyakarta)

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Budi Suprpto, MBA., Ph.D. (Ketua/Pembimbing)	31/05/17	
Dr. J. Ellyawati, MM.. (Anggota/Penguji)	12 Juni 2017	
Mahestu Noviantra Krisjanti M.Sc.IB, PhD. (Anggota/Penguji)	5/6/2017	



Ketua Program Studi

Mahestu Noviantra Krisjanti, M.Sc.IB, Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI NILAI,
DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MEREK
(Studi pada Konsumen Produk Shampoo di Yogyakarta)**

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiasi dari karya orang lain. Pernyataan, ide dan data hasil penelitian maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil plagiasi, maka gelar ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 Mei 2017

Yang Menyatakan,

David Hutahaean



Untuk,

Bapak (almarhum) dan mama tercinta

Istriku, Kakak, Adik tercinta,

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi, melakukan studi serta mengidentifikasi pengaruh kepercayaan merek, persepsi nilai dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada konsumen produk Shampoo di Yogyakarta.

Penelitian dilakukan di Yogyakarta dengan sampel penelitian adalah masyarakat pengguna Shampoo. Metode sampling purposif digunakan untuk mengumpulkan data primer. Dari 200 kuesioner yang disebar, hanya 186 kuesioner yang kembali dan dapat diolah dengan respon tanggapan responden mencapai 93%. Untuk menguji instrument dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Temuan utama dalam penelitian ini adalah kepercayaan merek, persepsi nilai dan kepuasan konsumen memiliki berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Merek

ABSTRACT

This study aimed to explore, to study and to identify the effect of brand trust, perceived value, and customer satisfaction to brand loyalty on customer shampoo products in Yogyakarta.

The study was conducted in Yogyakarta with the sample of the study being the community of Shampoo users. Purposive sampling method used to collect primary data. Of the 200 questionnaires distributed, only 186 questionnaires were returned and can be processed with a response of 93% respondents. The instrument was evaluated for validity and reliability. regression analysis were used to test the research hypothesis.

The main finding in this study is the Brand Trust, Perceived Value and Customer Satisfaction has a significant positive on Brand Loyalty.

Keywords : Brand Trust, Perceived Value, Customer Satisfaction, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa menyertai, membimbing, memberikan rahmat berlimpah, kesehatan, petunjuk dan kasih yang tak berkesudahan, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tesis ini. Setelah sekian lama berjuang untuk menyelesaikan studi di Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, akhirnya semuanya bisa terjawab dengan selesainya penulisan tesis ini. Sebuah kebanggaan bagi pribadi penulis yang selalu berjuang dan tak pantang menyerah untuk bisa mendapatkan gelar kesarjanaan Magister Manajemen melalui penulisan karya ilmiah ini.

Tesis yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek (Studi pada Konsumen Produk Shampoo di Yogyakarta)”** ini merupakan upaya penulis untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena-fenomena dalam dunia pemasaran melalui pendekatan ilmiah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi yang berkepentingan, bagi industri pemasaran khususnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang industri Shampoo dan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan referensi dalam mengkaji dan mengembangkan model analisis yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian tesis ini tidak akan berjalan semestinya tanpa adanya pihak-pihak yang sangat membantu penulis. Oleh karena itu penulis

ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D., selaku pembimbing yang dengan sabar selalu memberikan bimbingan, motivasi, masukan dan ide-ide yang sangat bermanfaat bagi penulis sejak awal proses penulisan tesis ini.
2. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan banyak masukan, saran dan koreksi dalam penyempurnaan penulisan tesis ini.
3. Ibu Mahestu Noviandra Krisjanti M.Sc.IB., PhD. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan banyak masukan, saran dan koreksi dalam penyempurnaan penulisan tesis ini, dan selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dengan sabar selalu mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya.
4. Bapak Drs. M. Parnawa Putranta, MBA., Ph.D., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang selalu memberikan dorongan dan nasihat agar penulis bisa menyelesaikan studi Magister Manajemen.
5. Jajaran pimpinan, staff dan seluruh admisi Program Pascasajana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dengan senang hati selalu membantu dan memfasilitasi mahasiswa Program Pascasajana.
6. Terima kasih banyak untuk seluruh staff, karyawan dan pegawai Perpustakaan, Bagian Keuangan Universitas, Bagian Akademik dan

Administrasi dan seluruh yang berkarya di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

7. Teristimewa terima kasih banyak untuk Mama, Istriku, Kakak dan Adik yang telah berkorban banyak, materi, doa, waktu, dan selalu memberikan motivasi, dorongan, nasihat dan masih banyak lagi yang tidak bisa terbalaskan.
8. Almarhum Bapak yang telah beristirahat dan telah mendapatkan kedamaian sepenuhnya dan seutuhnya di Surga.
9. Terima kasih kepada keluarga besar di Pematangsiantar yang selalu memberikan motivasi dan doa.
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Angkatan Januari 2012 yang telah menyelesaikan studi terlebih dahulu maupun mereka yang masih sementara berjuang.
11. Rekan-rekan yang berada di Yogyakarta, Terima kasih banyak untuk teman terbaik di Yogyakarta, Broto, Maikel, Mas Eko, Ashraf, Umar, Didit, Dani, Mas Bardi, dll yang selalu bersedia menjadi teman dan menerima keberadaan saya di sini.
12. Semua pihak yang tidak bisa lagi saya sebutkan satu per satu namun sangat membantu penyelesaian tesis maupun studi saya di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahi berkat, rahmat dan anugerah sebesar-besarnya kepada siapa saja yang telah membantu dan berjasa dalam penyelesaian penulisan tesis ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada pembaca dan siapa saja yang membutuhkan hasil penulisan tesis ini.

Yogyakarta, 30 Mei 2017

Penulis,

David Hutahaeen

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN TESIS.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
INTISARI.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
1. Manfaat Akademik.....	5
2. Kontribusi Managerial.....	5
E. Sitematika Penulisan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pendahuluan.....	8
B. Merek	8
C. Kepercayaan Merek	10
D. Persepsi Nilai	12
E. Kepuasan Konsumen	15
F. Loyalitas Merek	17
G. Penelitian Terdahulu	23
H. Rerangka Penelitian	28
I. Pengembangan Hipotesis	28
1. Kepercayaan Merek.....	28
2. Persepsi Nilai.....	29
3. Kepuasan Konsumen	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendahuluan.....	31
B. Jenis dan Sumber Data Penelitian	31
C. Kerangka Sampel	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Defenisi Operasional	34
1. Kepercayaan Merek	34
2. Persepsi Nilai	35
3. Kepuasan Konsumen	36
4. Loyalitas Merek	37
F. Teknik Pengujian dan Pengukuran Instrumen Penelitian.....	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	42
G. Metode Analisis Data	43
1. Analisis Statistik Deskriptif	43
2. Analisis Korelasi	44
3. Analisis Regresi Berganda	45
a. Uji t Statistik (Parsial)	46
b. Uji Koefisien Determinasi	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pendahuluan.....	48
B. Deskripsi Penelitian	48
C. Hasil Penelitian	49
1. Analisis Deskriptif Responden	49
a. Profil Berdasarkan Usia	50
b. Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	51
c. Profil Berdasarkan Pekerjaan	52
d. Profil Berdasarkan Pendidikan	53
2. Analisis Deskriptif Variabel	54
a. Kepercayaan Merek	54
b. Persepsi Nilai	55
c. Kepuasan Konsumen	56
d. Loyalitas Merek	57
3. Analisis Korelasi.....	58
4. Analisis Regresi Linier Berganda	61
a. Uji t.....	62
1). Kepercayaan Merek	63
2). Persepsi Nilai	63
3). Kepuasan Konsumen	64

b. Koefisien Determinasi	64
D. Pembahasan	65
1. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek pada produk Shampoo.....	65
2. Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Merek pada produk Shampoo	66
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek pada produk Shampoo	68
BAB V PENUTUP	
A. Pendahuluan	70
B. Kesimpulan.....	70
C. Implikasi Manajerial.....	74
D. Keterbatasan Penelitian.....	75
E. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Top Brand Award Kategori Perawatan Pribadi.....	3
Tabel 2	: Ringkasan Penelitian Terdahu.....	24
Tabel 3	: Skor Skala Likert	34
Tabel 4	: Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek.....	39
Tabel 5	: Hasil Uji Validitas Persepsi Nilai	39
Tabel 6	: Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	40
Tabel 7	: Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek Langkah ke-1	40
Tabel 8	: Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek Langkah ke-2	41
Tabel 9	: Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 10	: Profil Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 11	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 12	: Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 13	: Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Tabel 14	: Kategorisasi Variabel Kepercayaan Merek	54
Tabel 15	: Kategorisasi Variabel Persepsi Nilai	56
Tabel 16	: Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen	57
Tabel 17	: Kategorisasi Variabel Loyalitas Merek	58
Tabel 18	: Hasil Analisis Korelasi antara Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Merek.....	59
Tabel 19	: Hasil Analisis Regresi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Tingkatan Loyalitas Merek	22
Gambar 2	: Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Nilai dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Merek	24
Gambar 3	: Profil Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4	: Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Gambar 5	: Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Gambar 6	: Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	53