

**PENGARUH FAKTOR *CONSUMER DRIVERS*, *BRAND DRIVERS*, DAN *SOCIAL DRIVERS* TERHADAP  
LOYALITAS MEREK**

**( Studi Eksplanatif Pengaruh Faktor Consumer Drivers, Brand Drivers, dan Social Drivers Terhadap Loyalitas Konsumen pada Café Coklat Yogyakarta )**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial ( S. Sos )**

**Disusun oleh :**

**Sebastianus Epifany**

**05 09 02768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

**PENGARUH FAKTOR *CONSUMER DRIVERS*, *BRAND DRIVERS*, DAN  
*SOCIAL DRIVERS* TERHADAP LOYALITAS MEREK**

**( Studi Eksplanatif Pengaruh Faktor Consumer Drivers, Brand Drivers, dan Social  
Drivers Terhadap Loyalitas Konsumen pada Café Coklat Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial ( S. Sos )**

**Disusun oleh :  
Sebastianus Epifany  
05 09 02768**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH FAKTOR *CONSUMER DRIVERS*, *BRAND DRIVERS*, DAN  
*SOCIAL DRIVERS* TERHADAP LOYALITAS MEREK**

**( Studi Eksplanatif Pengaruh Faktor Consumer Drivers, Brand Drivers, dan Social Drivers  
Terhadap Loyalitas Konsumen pada Café Coklat Yogyakarta)**

**Skripsi ini disusun sebagai syarat pada kelulusan Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Oleh**

**Sebastianus Epifany**

**05 09 02768**

**Disetujui oleh :**



**F. Anita Herawati, M.Si**

**Dosen Pembimbing**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : **“Pengaruh Faktor Consumer Drivers, Brand Drivers, dan Social Drivers terhadap Loyalitas Merek“**

**Penyusun** : **Sebastianus Epifany**

**NIM** : **05 09 02768**

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada :

**Hari** : **Selasa, 12 Oktober 2010**

**Pukul** : **15.00 WIB**

**Tempat** : **Ruang Pendadaran II**

**TIM PENGUJI**

**F. Anita Herawati, M.Si**

**Penguji utama**

**Y. Bambang Wiratmojo, MA**

**Penguji I**

**Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si**

**Penguji II**

UNIVERSITAS ANITA MARYOGYAKARTA  
FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sebastianus Epifany  
Nomor Mahasiswa : 05 09 02768  
Program studi : Komunikasi ( Komunikasi Pemasaran dan Periklanan)  
Judul Karya Tulis : “ Pengaruh Faktor Consumer Drivers, Brand Drivers, dan Social Drivers terhadap Loyalitas Merek”

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis akhir ini bukan merupakan plagiarism, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinil dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 21 September 2010

Saya yang menyatakan

  
Sebastianus E.  
METERAI TEMPEL  
Pajak Pembelian Resmi  
TGL  
EF049AAF303465149  
ENAM RIBU RUPIAH  
6000  
DJP

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**“Manusia tanpa suatu tujuan adalah ibarat sebuah kapal tanpa kemudi, seperti anak-anak yang terlantar, sebuah hal yang sia-sia, dan seperti bukan siapa-siapa” (Thomas Carlyle)**

**Skripsi ini adalah salah satu anak tangga yang membantu untuk mencapai tujuan hidupku.....**

**“Cause all of the stars has faded away....just try not to worry, you’ll see them someday... Just take what you need.... And be on your way, and stop crying your heart out...” (Oasis)**



## KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami sampaikan hormat puji dan syukur kepada Tuhan YME, karena atas kuasa berkat dan rahmatnya sehingga tugas akhir/skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Terimakasih juga kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir/skripsi ini, serta menunggu penulis lulus dengan sabar dan ikhlas.

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui mengenai pengaruh dari faktor *consumer drivers*, *brand drivers*, dan *social drivers* terhadap loyalitas merek pada konsumen Café Coklat. Kami harapkan dengan adanya karya tulis ini dapat membantu teman-teman rekan mahasiswa yang ingin memiliki referensi mengenai faktor *consumer drivers*, *brand drivers* dan *social drivers* serta pengaruhnya terhadap loyalitas merek.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk ibu Anita Herawati sebagai dosen pembimbing yang sangat baik dan sabar dalam melakukan bimbingan penulisan karya tulis ini. Selain itu terimakasih juga kami ucapkan kepada dosen penguji I yaitu bapak Agus Putranto dan dosen penguji II yaitu bapak Bambang, yang sudah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi masukan yang sangat berarti bagi tugas akhir penulis. Penulis ingin berterima kasih juga kepada segenap dosen dan karyawan dari FISIP UAJY yang sudah memberi bantuan dalam hal ilmu dan pelayanan studi bagi penulis selama menjalani perkuliahan selama 5 tahun di UAJY. Suka dan duka yang dirasakan akan menjadi suatu kenangan indah bagi penulis di kemudian hari.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada Indah Budi Lestari yang sudah memberikan *support* dan masukan serta dorongan bagi penulis untuk bisa menyelesaikan karya tulis ini. Tidak lupa juga terima kasih kami haturkan kepada seluruh teman-teman (bayu, mukil, silvy, roni, dino, doni, gatot, bule, adit, gondut, jeng-jeng, ragil, dll) yang sudah memberikan banyak kenangan dan motivasi bagi penulis selama hidup di kota ini. Terima kasih juga kepada teman-teman seangkatan di kampus FISIP UAJY ( anto, fred, rinto, astrek, desta, damar, jawir, ridho, ajeng, diah, dll) yang sudah mewarnai kehidupan perkuliahan saya di kota ini.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada management Café Coklat (Mba citra, Mas Ian, Mas Graha, Yudi dan Upit) yang sudah mengizinkan penulis melakukan penelitian disana, semoga penelitian ini berguna bagi perkembangan Café Coklat. Terimakasih juga kepada barista, server, dan captain yang bertugas disana yang dengan kerelaan hati membantu dan rela diganggu oleh penulis untuk melaksanakan penelitian ini.

Tidak ada yang sempurna di dunia ini karena kesempurnaan hanyalah milik Tuhan semata, karena itu penulis meminta maaf bila ditemukan ketidaksempurnaan dalam tugas akhir/skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa diterima dengan baik dan berguna bagi penulis dan rekan-rekan mahasiswa di Fisip UAJY. Terimakasih.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAM PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
F. Kerangka Konsep.....	23
G. Definisi Operasional.....	26
H. Hipotesis.....	34
I. Metodologi Penelitian.....	34
1. Metode Penelitian.....	34
2. Lokasi Penelitian.....	35
3. Teknik Sampling.....	35
4. Teknik Pengumpulan Data.....	36

5. Validitas.....	37
6. Reliabilitas.....	37
7. Analisa Data.....	38

**BAB II      DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Profil Perusahaan.....	40
B. Visi Perusahaan.....	41
C. Misi Perusahaan.....	41
D. Produk yang Ditawarkan.....	41
E. Produk Unggulan.....	42
F. Lokasi.....	42
G. Tata Letak.....	42
H. Fasilitas.....	44
I. Segmen Pasar.....	44
J. Struktur perusahaan.....	45
K. Deskripsi Jabatan.....	46

**BAB III      ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA**

A. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	47
1. Uji Validitas.....	47
2. Uji Reliabilitas.....	50
B. Analisis Deskriptif.....	52
C. Analisis Korelasi Berganda dan Regresi Linier Berganda.....	66
D. Pembahasan Data.....	72

**BAB IV      PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 78  
B. Saran..... 79

**DAFTAR PUSTAKA..... 81**

**LAMPIRAN..... 83**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 :	Model Komunikasi Pemasaran.....	9
Gambar 2 :	Komponen Strategi Komunikasi.....	11
Gambar 3 :	Elemen Brand Equity menurut David Aaker.....	14
Gambar 4 :	Black Box Model.....	17
Gambar 5 :	Conceptual Model.....	19
Gambar 6 :	Kerangka Konsep Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek.....	26
Gambar 7 :	Bagan Antar Variabel.....	30
Gambar 8 :	Bagan Struktur Organisasi Café Coklat Yogyakarta.....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 :	Uji Validitas Variabel Consumer Drivers.....	48
Tabel 3.2 :	Uji Validitas Variabel Brand Drivers.....	48
Tabel 3.3 :	Uji Validitas Variabel Social Drivers.....	49
Tabel 3.4 :	Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek.....	50
Tabel 3.5 :	Hasil uji reliabilitas faktor <i>consumer drivers, brand drivers, social drivers</i> , dan loyalitas merek.....	51
Tabel 3.6 :	Statistik deskriptif variabel <i>consumer drivers</i> .....	53
Tabel 3.7 :	Kategori total <i>consumer drivers</i> .....	55
Tabel 3.8 :	Statistik deskriptif variabel <i>brand drivers</i> .....	56
Tabel 3.9 :	Kategori total <i>brand drivers</i> .....	58
Tabel 3.10 :	Statistik deskriptif variabel <i>social drivers</i> .....	59
Tabel 3.11 :	Kategori total <i>social drivers</i> .....	61
Tabel 3.12 :	Statistik deskriptif variabel loyalitas merek.....	62
Tabel 3.13 :	Kategori total loyalitas merek.....	64
Tabel 3.14 :	Statistics Correlations.....	65
Tabel 3.15 :	Model Summary.....	67
Tabel 3.16 :	Anova.....	68
Tabel 3.17 :	Coefficients.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Contoh Kuesioner
- Lampiran II : Data Primer Kuesioner
- Lampiran III : Output Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran IV: Output Data Hasil Analisis Korelasi
- Lampiran VI : Output Data Hasil Analisis Regresi linier berganda
- Lampiran VII: Photo Menu dan Suasana Café Coklat



## ABSTRAKSI

Café Coklat adalah salah satu café yang sedang berkembang popularitasnya di kalangan masyarakat Yogyakarta. Seiring berkembangnya popularitas dan bertambahnya penghasilan café tersebut dari hasil penjualan produknya, café tersebut berusaha untuk selalu memberikan kenyamanan dengan pelayanan dan fasilitas yang terbaik disertai kualitas rasa dari menu yang semakin enak dan cocok dengan lidah para konsumennya. Dengan segala hal yang diberikan oleh café coklat, diharapkan konsumen café coklat dapat menjadi loyal terhadap merek café coklat itu sendiri.

Marc Gobe mengatakan dalam bukunya bahwa kesalahan terbesar dalam strategi *branding* adalah keyakinan bahwa branding berkaitan dengan pangsa pasar, padahal *branding* sesungguhnya berkaitan dengan “Pangsa pikiran dan emosi”. Maksud dari hal tersebut adalah bahwa strategi branding sebenarnya berkaitan dengan pikiran dan emosi dari para konsumen sehingga dengan hal tersebut bisa menciptakan keterikatan antara konsumen dengan merek. Café Coklat dalam hal ini menunjukkan bahwa tanpa biarpun tanpa melakukan beragam aktivitas promosi, namun tetap bias mengikat mereknya dengan pikiran dan emosi dari para konsumennya, sehingga jumlah konsumennya selalu bertambah banyak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor *consumer drivers*, *brand drivers*, dan *social drivers*, terhadap loyalitas merek pada konsumen Café Coklat. Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan tiga variabel pengaruh ( variabel *consumer drivers*, *brand drivers*, dan *social drivers*) dan satu variabel terpengaruh ( variabel loyalitas merek). Instrumen pada penelitian ini adalah kuesioner pada 70 responden dengan menggunakan *accidental sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dengan analisis korelasi berganda didapatkan hasil bahwa ketiga variabel pengaruh mempunyai hubungan dengan variabel pengaruh ( loyalitas merek). Hasil Regresi linier berganda juga menunjukkan bahwa secara simultan faktor *consumer drivers*, *brand drivers*, dan *social drivers* mempunyai pengaruh yang kuat terhadap loyalitas merek pada konsumen café coklat. Hasil Uji signifikansi pada tabel Anova juga menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Dalam pengujian secara sendiri-sendiri, ternyata faktor yang berpengaruh hanyalah faktor *consumer drivers*, sedangkan faktor *brand drivers* dan *social drivers* menunjukkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci : Faktor Consumer drivers, Faktor Brand Drivers, Faktor Social Drivers,  
Loyalitas merek