

**Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan
Merek, terhadap Loyalitas Merek
(Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)**

Skripsi

**Untuk memenuhi sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Daniel Aditya Kristianto

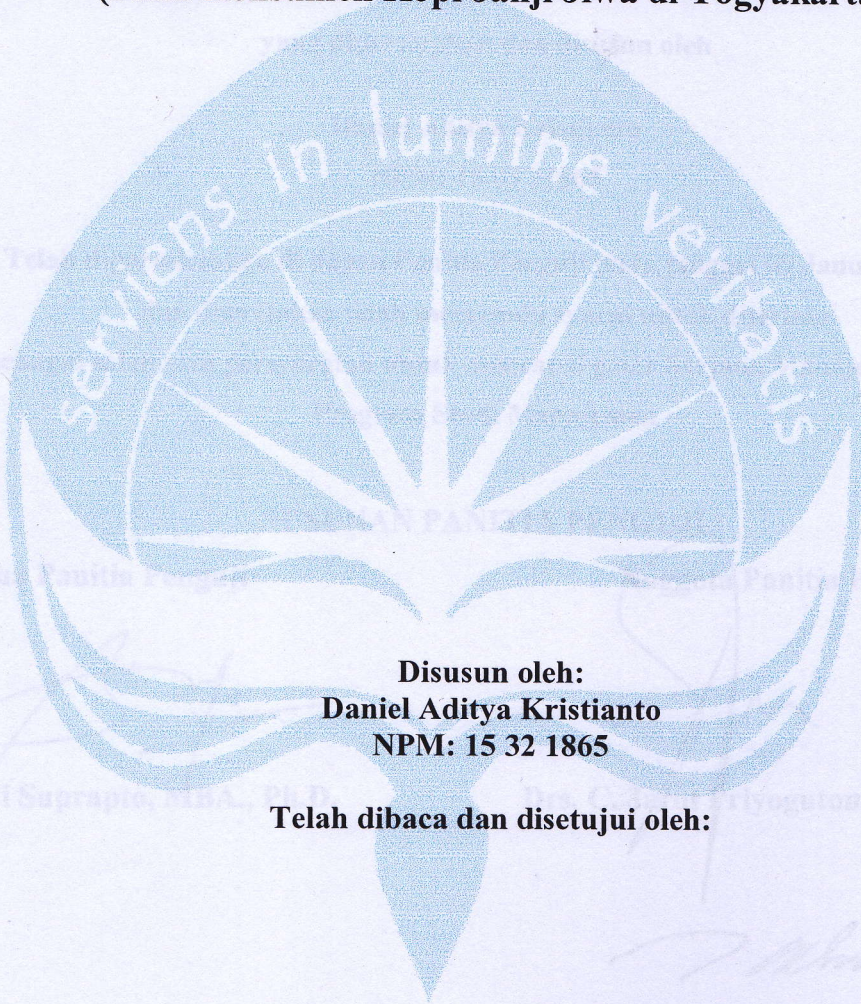
NPM: 15 03 21865

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2019

Skripsi

**Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan
Merek, terhadap Loyalitas Merek
(Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)**



**Disusun oleh:
Daniel Aditya Kristianto
NPM: 15 32 1865**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

16 Desember 2019

Skripsi
Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan
Merek, terhadap Loyalitas Merek
(Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Daniel Aditya Kristianto

NPM: 15 03 21865

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 09 Januari 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Yogyakarta, 09 Januari 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan Merek, terhadap Loyalitas Merek

(Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kebalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Desember 2019

Yang menyatakan



Daniel Aditya Kristianto

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kami haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan limpahan kasih karunia-Nya, saya dapat melaksanakan pembuatan skripsi tanpa kendala satu apapun, dan pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.

Penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kami menyadari bahwa kami tidak dapat melaksanakan skripsi ini tanpa bantuan dari pihak-pihak lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini kami juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kasih karunia-Nya kami dapat melaksanakan tugas akhir dengan baik adanya.
2. Jarot Drs. C. Priyogutomo, MBA, selaku dosen pembimbing skripsi dan pembimbing akademik.
3. Orang tua yang selalu memberi dukungan saya baik secara moril maupun finansial.
4. Adik saya Angelina yang selalu memberi dukungan baik saat menemani membuat skripsi dan membantu mencari responden.
5. Teman-teman dari komunitas Earth Hour Jogja tempat saya belajar berorganisasi dan bertemu dengan orang baru dan sumber responden penelitian ini.

6. Vicky, Yosephine, Paulus, yang telah memberikan masukan-masukan saat mengerjakan skripsi ini.
7. Teman-teman dari responden yang telah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan ilmu, dan doa yang telah diberikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan, kekurangan serta jauh dari kata sempurna. Segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulisan diterima dengan senang hati demi perbaikan penelitian serupa yang akan datang.

Demikian yang penulis dapat sampaikan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya dan bagi semua pihak yang membacanya sehingga dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Yogyakarta, 16 Desember 2019

Penulis

Daniel Aditya Kristianto

HALAMAN MOTTO

Oradum est ut sit mens sana in corpore sano.
You should pray for a healthy mind in a healthy body.

-Satire X (Roman Poet)

The mind is everything. What you think become.

-Gautama Buddha

Your future is created by what you do today not tomorrow.

-Robert T Kiyosaki

When You Want Something, All the universe conspires in helping you to archive it.

-Paulo Coelho

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Merek	8
2.2 Pengalaman Merek.....	8
2.3 Kepuasan Merek.....	10
2.4 Kepercayaan merek.....	10
2.5 Loyalitas Merek	11
2.6 Kerangka Penelitian	12
2.7 Penelitian terdahulu.....	13
2.8 Hipotesis.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian.....	18
3.2 Metode Pengumpulan Data	18
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.4 Populasi dan Sampel	19

3.4.1 Populasi	19
3.4.2 Sampel.....	19
3.5 Metode Pengukuran Data.....	20
3.6 Variabel Penelitian	20
3.6.1 Pengalaman merek	20
3.6.2 Kepercayaan merek.....	21
3.6.3 Kepuasan Merek.....	21
3.7 Uji Instrumen Penelitian	21
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	21
3.8 Model Analisis Data.....	24
3.8.1 Analisis Presentase.....	24
3.8.2 Model Pengujian Hipotesis	25
3.8.2.1 Regresi Model 1	25
3.8.2.2 Regresi Model 2	26
3.8.2.3 Regresi Model 3	26
3.8.2.4 Regresi Model 4	27
3.8.2.5 Regresi Model 5	27
3.8.3 Pengujian Variabel Mediasi	28
BAB IV ANALISIS DATA.....	29
4.1 Karakteristik Responden	29
4.2 Analisis Regresi	31
4.3 Pembahasan.....	40
Bab V PENUTUP	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Implikasi Manajerial	47
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert	20
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	23
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas	24
Tabel 4.1	Karakteristik Demografi Resonden	30
Tabel 4.2	Hasil Uji Regresi pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepuasan Merek	31
Tabel 4.3	Hasil Uji regresi pengaruh Pengalaman Merek terhadap Kepercayaan Merek	32
Tabel 4.4	Hasil Uji regresi pengaruh Pengalaman Merek terhadap Loyalitas merek	34
Tabel 4.5	Hasil Uji regresi pengaruh Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek	35
Tabel 4.6	Hasil Uji regresi pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek	36
Tabel 4.7	Path Analysis Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Merek sebagai variabel mediasi	38
Tabel 4.8	Path Analysis Pengalaman Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Merek sebagai variabel mediasi	39
Tabel 4.9	Perbandingan antara hasil peneltian saat ini dengan sebelumnya	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	12
Gambar 4.1	Kerangka Penelitian Mediasi 1.....	38
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian Mediasi 2	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner.....	52
Lampiran II	Data Responden.....	58
Lampiran III	Data Kuesioner.....	61
Lampiran IV	Uji Validitas & Reliabilitas.....	66
Lampiran V	Uji Regresi Sederhana.....	71
Lampiran VI	Path Analysis	77



**Pengaruh Pengalaman Merek, Kepuasan Merek, Kepercayaan
Merek, terhadap Loyalitas Merek
(Pada Konsumen Kopi Janji Jiwa di Yogyakarta)**

Disusun oleh:

Daniel Aditya Kristianto

NPM: 15 03 21865

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman merek, kepuasan merek, kepercayaan merek dan loyalitas merek pada konsumen Kopi Janji Jiwa di Kota Yogyakarta. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Kopi Janji Jiwa yang tinggal di kota Yogyakarta sebanyak 130 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan sampel dilakukan secara *online* dengan mengirimkan *link* kuesioner dari Microsoft Forms yang disebar melalui grup obrolan darling (*chat*) Line dan WhatsApp. Metode analisis yang digunakan adalah regresi sederhana dan path analysis .

Hasil penelitian dari regresi sederhana menunjukkan adanya pengaruh signifikan dan positif variabel pengalaman merek terhadap kepuasan merek begitu juga dengan pengalaman merek terhadap kepercayaan merek, pengalaman merek terhadap loyalitas merek, kepuasan merek terhadap loyalitas merek, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek semua hasil diatas berpegaruh signifikan dan positif.

Kata kunci: pengalaman merek, kepuasan merek, kepercayaan merek, loyalitas merek