

Hubungan *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dengan Pembentukan Loyalitas Merek

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam
Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta)



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Oleh :

Dandy Cahyo Wicaksono

080903575

Dosen Pembimbing

Dhyah Ayu Retno W., M.Si.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

Hubungan *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dengan Pembentukan Loyalitas
Merek

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam
Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

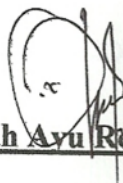
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Disusun oleh :

Dandy Cahyo Wicaksono

NIP : 08.09.03575 / KOM

Disetujui Oleh :



Dhyah Ayu Retno W., M.Si

(Dosen Pembimbing)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dengan Pembentukan Loyalitas Merek

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta)

Penyusun : Dandy Cahyo Wicaksono

NIM : 08 09 03575

Skripsi ini telah diuji dan dipertanggungjawabkan di depan tim penguji dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 20 Desember 2012

Pukul : 10.00

Tempat : Ruang Pendaran I FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si

Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno W., M.Si

Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos.,M.A.

Penguji II



(.....)

(.....)

(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dandy Cahyo Wicaksono

Nomer Mahasiswa : 080903575

Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Karya Tulis : Hubungan *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dengan Pembentukan Loyalitas Merek

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta)

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

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

Bila dikemudian 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 maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 25 Januari 2013

Saya yang menyatakan



METERAI
TEMPEL
PAJAK PEM. ANDONG BANGGA
2013
773EEABF286788477
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

Dandy Cahyo Wicaksono

ABSTRAKSI

Hubungan Antara *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dalam Membentuk Loyalitas Merek

(Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta)

Fenomena anak muda yang selalu berkumpul dan bersosialisasi di tempat-tempat tertentu adalah hal yang biasa terjadi di masyarakat. Mereka cenderung berkumpul di satu tempat favoritnya dan menjadikan tempat tersebut sebagai *basecamp* bagi kelompok mereka. Peneliti menganggap fenomena ini menarik untuk diteliti dilihat dari bagaimana mereka bisa membuat suatu tempat berkumpul itu favorit bagi mereka. Mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sebastianus Epifani tahun 2010 mengenai faktor *consumer drivers*, *brand drivers* dan *social drivers* terhadap loyalitas merek, penulis disini tertarik untuk melanjutkan penelitian terhadap salah satu pelaku bisnis tempat *nongkrong* yang ada di kota Yogyakarta ini.

Penelitian ini memakai dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Kedua variabel bebas ini adalah tingkat reputasi merek dan tingkat rekomendasi, sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat reputasi merek dan tingkat rekomendasi dalam membentuk loyalitas merek Artemy Gelato. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pengambilan data berbentuk survei dan kuisioner.

Berdasarkan hasil penelitian, terbukti tingkat reputasi merek Artemy Gelato Yogyakarta masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti merek Artemy Gelato sukses membangun reputasi, yaitu terkenal dan berkualitas berdasarkan penilaian konsumen anak muda, dalam hal ini pelajar dan mahasiswa. Tingkat rekomendasi teman juga mempunyai nilai yang tinggi di mata konsumen. Kedua faktor ini kemudian mempengaruhi loyalitas merek Artemy Gelato dengan skala yang tinggi.

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa pengunjung Artemy Gelato termasuk dalam kategori loyal dilihat dari aspek *brand drivers* dan *social drivers* dan pengaruh kedua faktor ini dalam menentukan loyalitas pengunjungnya tergolong tinggi.

Kata Kunci : *Brand Drivers*, *Social Drivers*, Loyalitas Merek

.....akhirnya

Kepada Tuhan yang Maha Baik

Keluarga yang pengertian

Teman-teman yang asik

Semuanya yang mendukung

SKRIPSI INI AKHIRNYA KELAR!

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan beribu-ribu rahmat pada saya sehingga saya mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi saya, yang berjudul Hubungan *Brand Drivers* dan *Social Drivers* Dengan Pembentukan Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta) pada akhirnya saya persembahkan pada orang-orang hebat yang telah mendukung saya.

Penulisan skripsi ini sebenarnya melalui banyak kesulitan karena penulis bukan tipikal peneliti yang baik, tapi karena dukungan dan ilmu yang diberikan kepada saya, skripsi ini akhirnya mampu melengkapi nama saya dengan gelar sarjana. Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka, yang begitu hebat mendukung saya:

1. Tuhan yang Maha Esa dan segala keajaibannya, tanpa kebesarannya saya tidak mampu berbuat apa-apa. Maaf, ketika saya jarang berdoa dan hanya berdoa sewaktu ujian pendadaran saja, tapi saya tetap umatMu, Tuhan.
2. Kedua orang tua saya yang secara halus mendorong saya untuk cepat menyelesaikan skripsi dan lulus. Mereka yang selalu menanyakan kabar skripsi saya dan kadang saya berkelit, tapi akhirnya dorongan-dorongan tersebut yang membuat saya terpacu untuk segera menyelesaikannya

3. Dhyah Ayu Retno W., M.Si. selaku dosen pembimbing atas waktu, kesabaran dan bimbingannya selama ini. Maaf ketika banyak curhat di waktu jam bimbingan, tapi saya yakin kita akan sukses, bu.
4. Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku dosen penguji, atas segala kritikan dan sarannya dalam menguji, saya mengucapkan banyak terima kasih.
5. Yoseph Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A. selaku dosen penguji, terimakasih atas segala masukan-masukannya untuk melengkapi skripsi saya.
6. Adik saya yang paling bandel, Aurel yang sebenarnya tidak melakukan apa-apa, tapi dia salah satu motivasi saya untuk lulus dengan tujuan semakin cepat mengurangi beban orang tua untuk menanggung kuliah dan memberikan porsi lebih untuk adik saya.
7. *My seven bestfriends*, Koh Wahyu, Theo, Sidhi, Prince, Yenni, Igna yang selalu dengan setia menemani saya baik suka duka selama ini. Kalian memang terlahir dengan bakat yang keren untuk berteman dengan saya. Apalah arti saya tanpa kalian, paling hanya sebutir ketombe di rambut.
8. *My lovely buddies* Ajeng dan Melmel, teman dari jaman saya masih jelek sampai saya sudah ganteng seperti ini, terimakasih banyak untuk semuanya, dukungan dan segalanya membuat saya tidak pernah berhenti pengen memeluk kalian. Oke ini sweet banget, tapi terimakasih :*
9. Banyak yang lain seperti eka, bara, ikram, ilham, karlina, kyan, visca, dimsur, caca, dan semua anak twitter yang saya sering curhatin tentang skripsi dan mereka semua berkontribusi besar pada skripsi ini.

10. Tak lupa ketinggalan, teman-teman yang tak bisa saya sebutkan satu persatu. Kalian terlalu banyak dan saya berterimakasih pada kalian. Hugs for all.

Akhir kata, terima kasih dan sukses untuk kalian juga. Semoga skripsi ini mampu memberikan ilmu pada yang akan membacanya. Salam akademik!



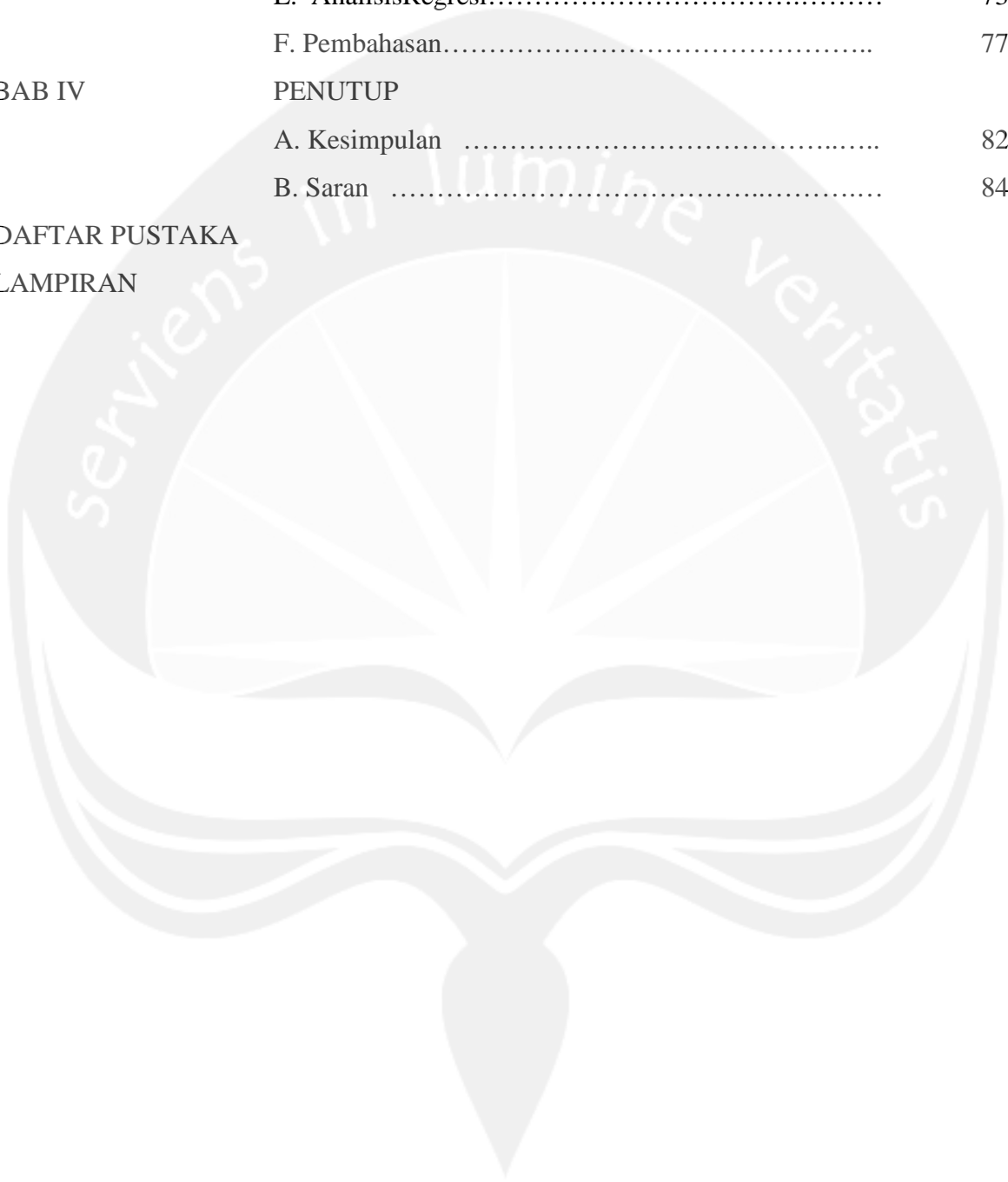
Yogyakarta, 25 Januari 2013

Dandy Cahyo Wicaksono

DAFTAR ISI

	Hal	
Halaman Judul	i	
Halaman Persetujuan	ii	
Halaman Pengesahan	iii	
Halaman Pernyataan	iv	
Abstraksi	v	
Halaman Persembahan	vi	
Kata Pengantar	vii	
Daftar Isi	x	
Daftar Tabel	xii	
Daftar Gambar	xiv	
Daftar Bagan	xv	
Daftar Lampiran	xvi	
BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang	1
	B. Rumusan Masalah	7
	C. Tujuan Penelitian	7
	D. Manfaat Penelitian	7
	E. Kerangka Teori	8
	F. Kerangka Konsep	22
	G. Definisi Operasional	27
	H. Hipotesis.....	31
	I. Metodologi Penelitian	31
BAB II	DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
	A. Profil Perusahaan	39
	B. Tagline Perusahaan	41
	C. Produk-Produk yang Ditawarkan.....	42
	D. Lokasi.....	43
	E. Fasilitas Konsumen.....	43
	F. Segmentasi Pasar.....	44
BAB III	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	

	A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
	B. Analisis Statistik Deskriptif.....	50
	C. Distribusi Frekuensi.....	66
	D. Analisis Korelasi.....	69
	E. Analisis Regresi.....	73
	F. Pembahasan.....	77
BAB IV	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	82
	B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

		Hal
Tabel 1.1	Models of the Response Process konsumen.....	17
Tabel 1.2	Jumlah Pengunjung Artemy Italian Gelato Bulan Juni 2012	32
Tabel 1.3	Koefisien Korelasi.....	37
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Reputasi Merek.....	46
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Rekomendasi.....	47
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta.....	48
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Reputasi Merek.....	49
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Rekomendasi.....	49
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta.....	50
Tabel 3.7	Artemy Gelato Terkenal.....	51
Tabel 3.8	Produk Artemy Gelato Berkualitas.....	52
Tabel 3.9	Kesenangan Konsumen Terhadap Merek Artemy Gelato.....	53
Tabel 3.10	Kebanggaan Mengonsumsi Produk Artemy Gelato.....	54
Tabel 3.11	<i>Prestige</i> di Artemy Gelato.....	55
Tabel 3.12	Artemy Gelato Memiliki Keunikan Daripada Kafe Es Krim Lain.....	56
Tabel 3.13	Saran Teman Untuk Pergi Ke Artemy Gelato.....	57
Tabel 3.14	Kepercayaan Dengan Saran Tentang Artemy Gelato.....	58
Tabel 3.15	Ketertarikan Ke Artemy Gelato Setelah Mendengar Pengalaman Dari Teman.....	59

Tabel 3.16	Teman-teman Sering Mengunjungi Artemy Gelato.....	60
Tabel 3.17	Artemy Gelato Menjadi Referensi Utama Saat Bersama Teman.....	61
Tabel 3.18	Ketertarikan Mengunjungi Artemy Gelato Karena Banyak Teman Di Sana.....	62
Tabel 3.19	Artemy Gelato Tempat Nyaman Berkumpul Dengan Teman.....	63
Tabel 3.20	Frekuensi Kunjungan Ke Artemy Gelato.....	64
Tabel 3.21	Jumlah Orang yang Direkomendasikan Responden Untuk Mengunjungi Artemy Gelato.....	65
Tabel 3.22	Hasil Analisis Distribusi Frekuensi terhadap Tingkat Reputasi Merek (X1), Tingkat Rekomendasi (X2), dan Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta (Y).....	66
Tabel 3.23	Hasil Uji Korelasi Variabel Tingkat Reputasi Merek (X1) dengan Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta (Y).....	69
Tabel 3.24	Hasil Uji Korelasi Variabel Tingkat Rekomendasi (X2) dengan Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta (Y).....	70
Tabel 3.25	Tabel Korelasi Indikator Tingkat Reputasi Merek (X1) terhadap Loyalitas Merek (Y).....	72
Tabel 3.26	Model <i>Summary</i> Regresi Linear Variabel Tingkat Reputasi Merek (X1) dan Tingkat Rekomendasi (X2) terhadap Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta (Y).....	74
Tabel 3.27	Model <i>Coefficients</i> Regresi Linear Variabel Tingkat Reputasi Merek (X1) dan Tingkat Rekomendasi (X2) terhadap Loyalitas Merek Artemy Gelato Yogyakarta.....	75

DAFTAR GAMBAR

		Hal
Gambar 1.1	Foursquare Artemy Gelato.....	6
Gambar 2.1	Logo Artemy Italian Gelato.....	39
Gambar 2.2	Tampak Depan Artemy Italian Gelato.....	41
Gambar 2.3	Varian rasa yang ditawarkan Artemy Gelato.....	42
Gambar 2.4	Buku menu yang ada di Artemy Italian Gelato.....	43



DAFTAR BAGAN

		Hal
Bagan 1.1	Evaluasi Paska Pembelian.....	20
Bagan 1.2	Alur Kerangka Berpikir Proses Loyalitas Merek.....	23
Bagan 1.3	Hubungan Antar Variabel.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Hasil Olah Data Validitas dan Reliabilitas

