

TESIS

**PENGARUH KARAKTER KEPRIBADIAN DAN
KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK: STUDI EMPIRIS PADA PERSPEKTIF
PENGGUNA BLACKBERRY**



AARON JALI GETTY

No. Mhs.: 115001666/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2012



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : AARON JALI GETTY
Nomor Mahasiswa : 115001666/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh Karakter Kepribadian dan
Kepribadian Merek terhadap Loyalitas
Merek: Studi Empiris Pada Perspektif
Pengguna Blackberry

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

Dr. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

20 / 2 / 2013



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : AARON JALI GETTY
Nomor Mahasiswa : 115001666/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul tesis : Pengaruh Karakter Kepribadian dan
Kepribadian Merek terhadap Loyalitas
Merek: Studi Empiris Pada Perspektif
Pengguna Blackberry

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

(Ketua)
Dr. Shellyana Junaedi, SE., M.Si 19/3/2013

(Anggota)
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA 20/3/2013

(Anggota)
Drs. M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D 20/3/2013



Ketua Program Studi

Drs. M. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D

PERNYATAAN

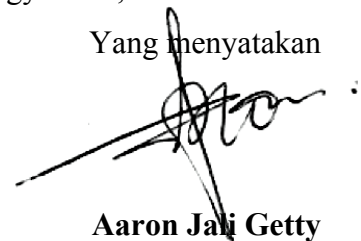
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

PENGARUH KARAKTER KEPRIBADIAN DAN KEPRIBADIAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK: STUDI EMPIRIS PADA PERSPEKTIF PENGGUNA BLACKBERRY

Adalah 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 tesis ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari tesis ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 21 Maret 2013

Yang menyatakan



Aaron Jali Getty

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Just do your life, never complain & enjoy it...

Do the best & god will do the rest

Believe in faith, trust it because god have already
gave the path for you...

Your life will full of obstacles & problems to makes
you better...

Dedicated to.....

TUHAN YESUS KRISTUS...

*Bapak dan Mama atas segala kebaikan
dan kesabarannya...*

*Penghuni Kontrakan Brojowikalpo
285E Condong Catur, Sleman. yang
selama ini banyak membantu penulis...*

*Agnes D.w.a yang selama hampir 7
tahun tak bosan-bosannya berada di
samping penulis, mendukung serta men-
support penulis menyelesaikan tesis ini ...*

GKM, KPMDDKA, Soa Soa FC...

„Ich Liebe Dich alle“

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul: ***“Pengaruh Karakter Kepribadian dan Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas Merek: Studi Empiris Pada Perspektif Pengguna Blackberry”***.

Tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama masa kuliah, penyusunan tesis, hingga terselesaikannya tesis ini tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang terus-menerus membantu, memberi dorongan dan masukan dalam memperlancar penyelesaian tesis ini. Maka dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati, perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Tuhan Yesus Kristus.,** Selaku Teman, Saudara, Sahabat, Pendamping, Pembimbing dalam hidup yang telah banyak membantu penulis baik suka maupun duka, baik sedih maupun senang, selalu menemani disaat penulis merasa buntu dan merasa tidak ada jalan keluar, selalu memberikan semangat disaat penulis menjadi malas dan teman yang selalu memberikan jalan terbaik bagi penulis hingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.
2. **Bapak Drs. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.,** Selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bapak **Drs. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.**, Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu **Shellyana Junaedi, SE., M.Si.**, Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membimbing, membantu dan mengarahkan penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak **Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**, Selaku Dosen Penguji Tesis yang telah meluangkan waktu dan masukan bagi penulis pada waktu ujian proposal dan ujian tesis.
6. Bapak **Drs. Parnawa Putranta, MBA, Ph.D.**, Selaku Dosen Penguji Tesis yang telah meluangkan waktu dan masukan bagi penulis pada waktu ujian proposal dan ujian tesis.
7. Bapak **Drs. J. Sudarsono, MS.**, Selaku Dosen Penguji Proposal Tesis yang telah meluangkan waktu dan masukan bagi penulis pada waktu ujian proposal dan ujian tesis.
8. **Bapak dan Mama-ku tercinta.** Selaku Orang Tua Penulis yang telah sangat banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi ini, baik moril dan materil.
9. **Penghuni Kontrakan Brojowikalpo 285E, Condong Catur, Sleman** yang telah menemani penulis selama diperantauan, membantu penulis dan menjadi sahabat baik suka maupun duka serta teman diwaktu senggang penulis hingga terselesainya tesis ini.
10. **Teman-Teman Magister Manajemen Angkatan Januari dan September.** Terima kasih banyak atas dukungan dan *support* yang

diberikan untuk penulis selama masa kuliah hingga terselesaikannya tesis ini.

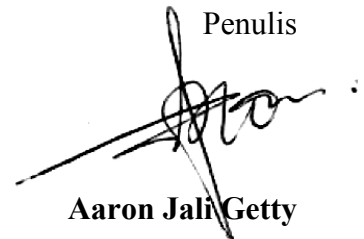
11. **Agnes D. W. A.**, Selaku Pendamping Penulis yang selama hampir 7 tahun tetap setia dan tak bosan-bosannya mendukung serta selalu memberikan semangat bagi penulis dengan cara yang tak biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
12. **GKM FC (Genk Kost Muji), HPMDKH FC (Himpunan Pelajar Mahasiswa Dayak Kapuas Hulu) dan Soa Soa FC.** Terima kasih banyak atas kebersamaan yang diberikan untuk penulis dan menjadi tempat penulis menghabiskan waktu luang dan menyalurkan hobi ketika tesis menjadi hal yang tabu dan tak layak untuk dibicarakan.
13. **Pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyusunan skripsi dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.** Terima kasih banyak atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, Oleh karena itu penulis akan dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan tesis ini.

Akhir kata semoga tesis ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi yang membutuhkan dan menggunakannya.

Yogyakarta, 21 Maret 2013

Penulis



Aaron Jali Getty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Penelitian Terdahulu	7
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Sistematika Penulisan	11
 BAB II TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Pendahuluan	13
B. Karakter Kepribadian	13
C. Kepribadian Merek	15
D. Loyalitas Merek	19
E. Konseptual Struktur	22
F. Rerangka Penelitian	24
G. Pengembangan Hipotesis	25
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendahuluan	29
B. Jenis dan Sumber Data	29
C. Kerangka Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Definisi Operasional	32
F. Teknik Pengujian dan Pengukuran Instrumen Penelitian	40
G. Metode Analisis Data	46
H. Batasan Operasional	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pendahuluan	49
B. Deskripsi Data	49
C. Profil Responden Penelitian	50
D. Pembahasan	53

BAB V PENUTUP

A. Pendahuluan	79
B. Kesimpulan	79
C. Implikasi Manajerial	83
D. Keterbatasan Penelitian	86
E. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Dimensi Variabel dan Skala Ukur Karakter Kepribadian, Kepribadian Merek dan Loyalitas Merek	36
Table 3. Hasil Uji Validitas Dimensi-Dimensi Variabel Karakter Kepribadian	41
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Dimensi-Dimensi Variabel Kepribadian Merek ..	42
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek	43
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 7. Hasil Analisis Korelasi antara Karakter Kepribadian, Kepribadian Merek dan Loyalitas Merek	54
Tabel 8. Hasil Analisis Regresi untuk Hubungan antara Karakter Kepribadian (Ekstraversi, Keramahan, Kesadaran) dengan Kepribadian Merek (Kegembiraan, Kompetensi, Ketulusan).....	57
Tabel 9. Hasil Analisis Regresi untuk Hubungan antara Karakter Kepribadian (Ekstraversi, Keramahan, Kesadaran) dengan Kepribadian Merek (Kegembiraan)	58
Tabel 10. Hasil Analisis Regresi untuk Hubungan antara Karakter Kepribadian (Ekstraversi, Keramahan, Kesadaran) dengan Kepribadian Merek (Kompetensi)	59
Tabel 11. Hasil Analisis Regresi untuk Hubungan antara Karakter Kepribadian (Ekstraversi, Keramahan, Kesadaran) dengan Kepribadian Merek (Ketulusan).....	60
Tabel 12. Hasil Analisis Regresi untuk Pengaruh Karakter Kepribadian terhadap Loyalitas Merek	66
Tabel 13. Hasil Analisis Regresi untuk Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Loyalitas Merek	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Loyalitas Merek	21
Gambar 2.	Pengaruh Karakter Kepribadian dan Kepribadian Merek terhadap Loyalitas Merek	24
Gambar 3.	Hubungan antara Karakter Kepribadian dengan Kepribadian Merek	23
Gambar 4.	Karakter Kepribadian terhadap Loyalitas Merek.....	25
Gambar 5.	Kepribadian Merek terhadap Loyalitas Merek	25
Gambar 6.	Profil Responden Berdasarkan Usia	51
Gambar 7.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 8.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
Gambar 9.	Hubungan antara Karakter Kepribadian (Ekstraversi, Keramahan, Kesadaran) dengan Kepribadian Merek (Kegembiraan, Kompetensi, Ketulusan)	61
Gambar 10.	Pengaruh Karakter Kepribadian terhadap Loyalitas Merek.....	69
Gambar 11.	Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Loyalitas Merek	75

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Kumpulan Jurnal Penelitian
- Lampiran 3. Lembar Data Statistik Responden Perorangan
- Lampiran 4. Lembar Deskripsi Profil Responden
- Lampiran 5. Lembar Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 6. Lembar Uji Korelasi dan Uji Regresi
- Lampiran 7. Lembar Tabel Distribusi r

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi, melakukan studi serta mengidentifikasi hubungan antara karakter kepribadian dengan kepribadian merek, serta pengaruh karakter kepribadian dan kepribadian merek terhadap loyalitas merek pada mahasiswa pengguna Blackberry di Yogyakarta.

Penelitian dilakukan di Yogyakarta dengan sampel penelitian adalah mahasiswa pengguna Blackberry. Metode sampling purposif digunakan untuk mengumpulkan data primer. Dari 300 kuesioner yang disebar, hanya 279 kuesioner yang kembali dan dapat diolah dengan respon tanggapan responden mencapai 93%. Analisis korelasi digunakan untuk melihat hubungan antar variabel dan analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Temuan utama dalam penelitian ini adalah ekstraversi dari karakter kepribadian memiliki hubungan positif signifikan dengan kegembiraan dari kepribadian merek; ekstraversi dari karakter kepribadian merek memiliki hubungan positif signifikan dengan kompetensi dari kepribadian merek; keramahan dari karakter kepribadian memiliki hubungan positif signifikan dengan kompetensi dari kepribadian merek; ekstraversi dan kesadaran dari karakter kepribadian berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek; kegembiraan dan kecanggihan dari kepribadian merek berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata kunci: Karakter Kepribadian, Kepribadian Merek, Loyalitas Merek

ABSTRACT

This study aimed to explore, to study and to identify the relationship between personality traits with the personality of the brand, as well as the influence of the personality traits and brand personality on brand loyalty in students Blackberry users in Yogyakarta.

The study was conducted in Yogyakarta with the student sample were Blackberry users. Purposive sampling method used to collect primary data. Of the 300 questionnaires distributed, only 279 questionnaires were returned and can be processed with a response of 93% respondents. Correlation analysis is used to see the relationships between variables and regression analysis were used to test the research hypothesis.

The main finding in this study is the personality traits of extraversion had a significant positive relationship with the excitement of brand personality; extraversion of brand personality traits have a significant positive relationship with the competence of brand personality; agreeableness of personality traits have a significant positive relationship with the competence of brand personality; extraversion and conscientiousness of personality traits significant positive influence on brand loyalty; excitement and sophistication of brand personality significant positive influence on brand loyalty.

Keywords: Personality Traits, Brand Personality, Brand Loyalty