

PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN *BRAND AFFECT* SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN *BRAND RISK* DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK TERKENAL

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Caecilia Ukiwindari

NPM : 09 03 17635

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
MEI 2013**

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN
BRAND AFFECT SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN
BRAND RISK DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK
TERKENAL**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Caecilia Ukiwindari

NPM : 09 03 17635

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA,
MEI 2013**

Skripsi

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN
BRAND AFFECT SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN
BRAND RISK DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK
TERKENAL**

disusun oleh:

Caecilia Ukiwindari

NPM : 09 03 17635

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs.D. Koeshartono, MM.

Pada tanggal 10 Juni 2013

Skripsi

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN
BRAND AFFECT SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN
BRAND RISK DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK
TERKENAL**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Caecilia Ukiwindari

NPM: 09 03 17635

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 12 Juli 2013 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi
Manajemen

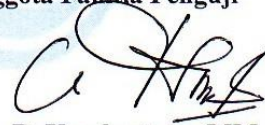
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



W. Mahestu Noviantra, SE., Mscib., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji




Drs. D. Koeshartono, MM.

Yogyakarta, 15 Juli 2013

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta




Dr. Dorothea Wahyu Ariani, SE., MT.

MOTTO

Lakukan segala hal yang terbaik hari ini seakan-akan
esok sudah tidak akan ada lagi =)

Menjadi berkat bagi sesama, Memuliakan nama TUHAN dalam
setiap nafas dan kegiatanku...



PERNYATAAN

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

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN
BRAND AFFECT SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN
BRAND RISK DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK
TERKENAL**

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 kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 7 Juni 2013

Yang menyatakan



Caecilia Ukiwindari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan limpahan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Brand Satisfaction* terhadap *Brand Trust* dan *Brand Affect* serta Dampaknya pada *Brand Loyalty* dan *Brand Risk* dalam Pembelian Produk dengan Merek Terkenal ini dengan baik. Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dan motifasi dari banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. D. Wahyu Ariani, SE., MT., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Drs. D. Koeshartono, MM., selaku pembimbing yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Para dosen fakultas ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang penuh kesabaran mendidik dan mendampingi penulis selama menimba ilmu di fakultas ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Petugas dan karyawan sekretariat fakultas ekonomi yang membantu dalam keperluan perkuliahan penulis.
5. Daddy dan ibuk tercinta, Yohanes Tukimin dan Christina Sustiwiyati yang selalu mendoakan dan memberikan segala dukungan.
6. Kekasihku Bonifasius Garuda Satriyo Adi Utu Poety yang tak pernah henti memberi motivasi, semangat, dan dukungan.
7. Tetehku Agustina Wininggar Mardikaningtyas yang selalu membantu setiap saat dibutuhkan.
8. Sahabat-sahabatku, Fransisca Kristiani, Satriyo Jati Kinang, Pradipta Ayu Larasati, Yulius Candra Yulianto, Billy Archie Chandra, Alan Sebastian, Stefani Rosiana dan teman-teman manajemen angkatan 2009 atas keceriaan, kebersamaan, bantuan dan kerja sama yang terjadi selama ini.

9. Keluarga besar UKM basket Universitas Atma Jaya, pelatihku Andi Yulianto (mas Black), teman-temanku Lucia Desta Tri Utami, Jeanne Gabriela Jiwanggi, Veti Vera, Naomi Riama Hutagalung, Dede Agasi, Shela Shany Morena, Puspa Lalita, dan yang lainnya yang tidak bisa penulis ungkapkan semuanya, terima kasih atas dukungan dan bantuan dalam pengerjaan skripsi serta pelajaran berharga selama mengikuti kegiatan UKM basket.
10. Para responden, mahasiswa-mahasiswa pria dari Universitas Atma Jaya, Universitas Gajah Mada, Universitas Negeri Yogyakarta, Universitas Pembangunan Nasional, dan lain-lain.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Meski demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

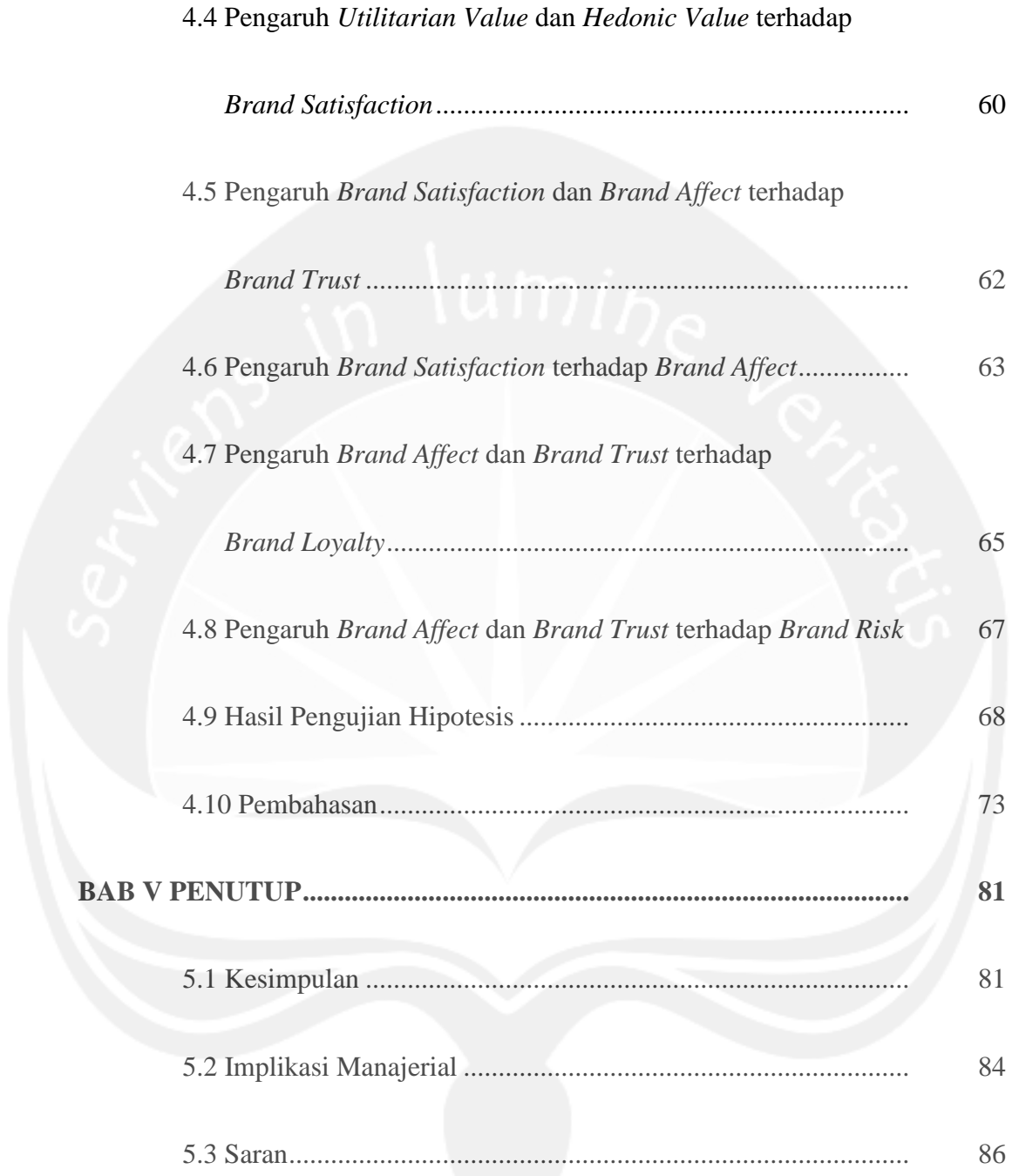
Yogyakarta, 7 Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	
HALAMAN INTISARI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	11

1.5 Manfaat Penelitian	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS PENELITIAN	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.2 Riset Terdahulu	30
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Lokasi, Obyek, dan Subyek Penelitian	36
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	37
3.3 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Definisi Operasional.....	40
3.5 Metode Pengujian Instrumen Penelitian	42
BAB IV ANALISIS DATA.....	50
4.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas	51
4.2 Profil Responden.....	55
4.3 Gambar Model Penelitian dan Hasil Analisis	59



4.4 Pengaruh <i>Utilitarian Value</i> dan <i>Hedonic Value</i> terhadap	
<i>Brand Satisfaction</i>	60
4.5 Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Brand Affect</i> terhadap	
<i>Brand Trust</i>	62
4.6 Pengaruh <i>Brand Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Affect</i>	63
4.7 Pengaruh <i>Brand Affect</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap	
<i>Brand Loyalty</i>	65
4.8 Pengaruh <i>Brand Affect</i> dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Risk</i>	67
4.9 Hasil Pengujian Hipotesis	68
4.10 Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Implikasi Manajerial	84
5.3 Saran.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil pilot study nama produk fashion dengan merek terkenal yang sering digunakan atau dibeli oleh mahasiswa pria Universitas Atma Jaya Yogyakarta	5
Tabel 3.1 Penjabaran Variabel Penelitian	41
Tabel 4.1 Ringkasan Hasil Uji validitas.....	52
Tabel 4.2 Average Variance Extracted	53
Tabel 4.3 Korelasi Variabel Laten	54
Tabel 4.4 Ringkasan hasil Uji reliabilitas	55
Tabel 4.5 Profil responden	56
Tabel 4.6 Pengaruh <i>utilitarian value</i> dan <i>hedonic value</i> terhadap <i>brand satisfaction</i>	60
Tabel 4.7 Pengaruh <i>brand satisfaction</i> dan <i>brand affect</i> terhadap <i>brand trust</i>	62
Tabel 4.8 Pengaruh <i>brand satisfaction</i> terhadap <i>brand affect</i>	63
Tabel 4.9 Pengaruh <i>brand affect</i> dan <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	65
Tabel 4.10 Pengaruh <i>brand affect</i> dan <i>brand trust</i> terhadap <i>brand risk</i>	67
Tabel 4.11 Rangkuman Pengujian Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Nilai Loyalitas Merek.....	28
Gambar 2.2 Model Hipotesis	31
Gambar 4.1 Distribusi usia responden	57
Gambar 4.2 Distribusi nama universitas responden.....	58
Gambar 4.3 Distribusi uang saku per bulan responden.....	59
Gambar 4.4 Model Penelitian dan Hasil Analisis	59

**PENGARUH *BRAND SATISFACTION* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN
BRAND AFFECT SERTA DAMPAKNYA PADA *BRAND LOYALTY* DAN
BRAND RISK DALAM PEMBELIAN PRODUK DENGAN MEREK
TERKENAL**

Disusun oleh:

Caecilia Ukiwindari

NPM : 09 03 17635

Pembimbing

Drs.D. Koeshartono, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand satisfaction* terhadap *brand trust* dan *brand affect* serta dampaknya pada *brand loyalty* dan *brand risk* pada mahasiswa pria terhadap produk dengan merek terkenal di Yogyakarta. *Brand satisfaction*, *brand trust*, *brand affect* merupakan hal penting yang perlu diperhatikan manajemen merek terkenal untuk dapat menciptakan pembelian ulang pada merek tersebut (*brand loyalty*) dan mengurangi resiko yang mungkin terjadi pada sebuah merek terkenal (*brand risk*).

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (data primer) yang diisi oleh para mahasiswa pria yang merupakan konsumen merek Nike dan/ atau Adidas di Yogyakarta yang dijadikan sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan analisis *Partial Least Square* (PLS) yang diolah dengan menggunakan software *smartPLS*.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji statistik bahwa ada pengaruh positif antara *brand satisfaction* dengan *brand trust* dan *brand affect*, *brand affect* dengan *brand loyalty*, *brand trust* dengan *brand loyalty*. Sedangkan

pada *brand affect* dengan persepsi *brand risk* tidak berpengaruh negatif dan *brand trust* dengan persepsi *brand risk* ada pengaruh negatif.

Kata kunci: *brand satisfaction, brand trust, brand affect, brand loyalty, brand risk.*

