

**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



**Disusun oleh :
P. Herbowo Kristianto
NPM : 10 03 18209**

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

**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

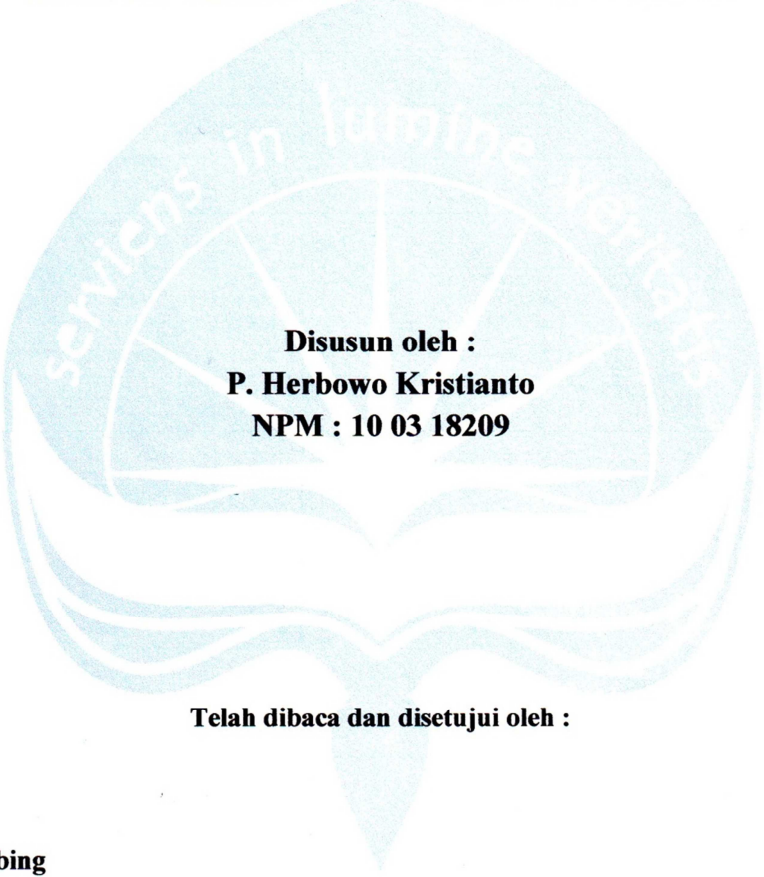


**Disusun oleh :
P. Herbowo Kristianto
NPM : 10 03 18209**

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

Skripsi

**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**



**Disusun oleh :
P. Herbowo Kristianto
NPM : 10 03 18209**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.SI.

18 Maret 2014

Skripsi

**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

P. Herbowo Kristianto
NPM : 10 03 18209

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 14 Maret 2014
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

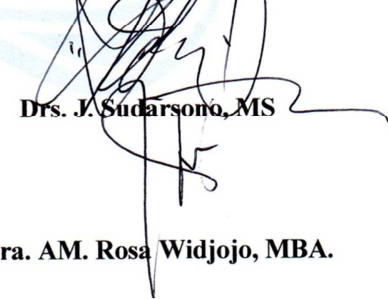
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.SI.

Anggota Panitia Penguji



Drs. J. Sudarsono, MS

Dra. AM. Rosa Widjojo, MBA.

Yogyakarta, 18 Maret 2014

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., MT.

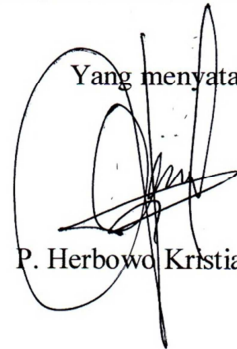
PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide-ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan semua keputusan dan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Desember 2013

Yang menyatakan

P. Herbowo Kristianto

SEMANGAT BESAR TIADA GUNA, PERLU SEBUAH RENCANA

RENCANA BESAR TIADA GUNA, PERLU MELAKSANAKANNYA

SEMUA TIADA GUNA, TANPA DOA PADA YANG KUASA

PENGEN PINTER, SINAU SREGEP NGANTI KULINA

PENGEN SUGIH, WIRAUSAHA UTAWA MAKARYA

PENGEN BEJA, LAKU PRIHATIN LAN WASPADA

Skripsi ini kupersembahkan pada:

- ❖ Bapak dan ibu tercinta
- ❖ Susan kekasihku
- ❖ Trah Tjokro Wihardjo
- ❖ Semua teman yang mengasihiku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Antara Karakteristik Merek Dengan Loyalitas Merek Produk Cenderamata Dagadu Djokdja” ini dengan baik.

Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) pada kepercayaan merek, menganalisis hubungan kepercayaan merek pada loyalitas merek, serta menganalisis hubungan karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) secara langsung pada loyalitas terhadap merek produk cenderamata Dagadu Djokdja. Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi jenjang pendidikan Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini sulit untuk dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi baik material maupun spiritual, antara lain kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menguatkan dalam menempuh studi S1 serta memungkinkan penulisan menyelesaikan skripsi.

2. Fx. Subowo, S.T (Bapak) dan Ch. Sri Budi Kriswarni (Ibu) yang selalu memberikan berbagai hal (doa, semangat, dukungan material, dll) untuk keberhasilan penulis.
3. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, S.E., M.SI selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, pengarahan, serta saran kepada penulis dengan penuh perhatian selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Dorothea Wahyu Ariani, S.E., MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
6. Bapak dan Ibu dosen selaku staff pengajar, staff tata usaha, dan seluruh staff perpustakaan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
7. Kekasihku Susan yang selalu memberikan semangat, dukungan dan mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan skripsi.
8. Keluarga besar Trah Tjokro Wihardjo yang telah memberikan banyak filosofi kehidupan dan menjadikan penulis pantang menyerah.
9. Teman-teman asisten laboratorium komputer FE UAJY yang menjadikan penulis rajin dan bergairah untuk datang ke kampus.
10. Teman-teman dari Dagadu Djokdja yang telah memberikan bantuan dalam penyebaran kuesioner.

11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 16 Desember 2013

Penulis,

P. Herbowo Kristianto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Pemasaran	8
2.2 Merek	9
2.3 Interpretasi Merek.....	10

2.4 Manfaat Merek	12
2.5 Karakteristik Merek	16
2.6 Kepercayaan Merek	17
2.7 Loyalitas Merek	18
2.8 Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lingkup Penelitian (Lokasi Penelitian, Objek Penelitian, dan Subjek Penelitian)	23
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.5 Pengujian Instrumen Penelitian	27
3.5.1 Uji Validitas	27
3.5.2 Uji Realiabilitas	29
3.6 Metode Analisis Data	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penelitian	36
4.2 Karakteristik Responden	37
4.3 Analisis Regresi	38
4.4 Analisis Mediasi	47
4.5 Pembahasan Analisis dan Diskusi	49

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	54
----------------------	----

5.2 Implikasi Manajerial	57
5.3 Keterbatasan Penelitian	58
5.4 Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Interpretasi Terhadap Merek	10
Tabel 2.2 Manfaat-Manfaat Merek	14
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas	28
Tabel 3.2 Hasil Uji Reabilitas	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	37
Tabel 4.2 Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Karakteristik Merek Pada Kepercayaan Merek	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Sederhana Pengaruh Karakteristik Merek Pada Loyalitas Merek	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Berganda Pengaruh Karakteristik Merek dan Kepercayaan Merek Pada Loyalitas Merek	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	21
Gambar 3.1 Model Mediasi	35
Gambar 3.2 Penentuan Tipe Mediasi	35
Gambar 4.1 Model Mediasi	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Uji Validitas
- Lampiran 3 Uji Realibilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Regresi



**PERAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI ANTARA KARAKTERISTIK MEREK
DENGAN LOYALITAS MEREK
PRODUK CINDERAMATA DAGADU DJOKDJA**

Disusun oleh:

P. Herbowo Kristianto

NPM: 10 03 18209

Pembimbing Utama

MF. Shellyana Junaedi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44 Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) pada kepercayaan merek, menganalisis hubungan kepercayaan merek pada loyalitas merek, serta menganalisis hubungan karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) secara langsung pada loyalitas terhadap merek produk cinderamata Dagadu Djokdja.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian mahasiswa di Yogyakarta yang dapat dianggap mewakili (representatif) sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *non probability sample* dan *pusposive sample* dengan penyebaran kuesioner kepada responden.

Hasil pengujian dalam penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan merek merupakan mediator yang baik antara karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) dengan loyalitas merek. Konsumen akan lebih loyal ketika dibuat percaya terlebih dahulu terhadap suatu merek. Karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) mempunyai pengaruh secara langsung terhadap loyalitas merek, namun relatif lebih kecil.

**Kata kunci: reputasi merek, prediktabilitas merek, kompetensi merek,
karakteristik merek, kepercayaan merek, dan loyalitas merek**