

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan dibahas kesimpulan akhir dari penelitian tentang pengaruh karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) pada kepercayaan merek, hubungan karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) secara langsung pada loyalitas merek, serta hubungan karakteristik merek (reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek) dan kepercayaan merek pada loyalitas merek khususnya pada produk cinderamata. Dibahas pula tipe mediasi yang terjadi dan kemampuan kepercayaan merek untuk memediasi antara karakteristik merek dengan loyalitas merek. Selain itu, dalam bab ini penulis juga memberikan beberapa saran dan masukan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Aseli Dagadu Djokdja, serta bagi penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil Uji-F (simultan) diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek secara bersama-sama berpengaruh pada kepercayaan merek Dagadu Djokdja. Serta dari hasil uji-t (parsial) diketahui bahwa variabel reputasi merek berpengaruh pada kepercayaan merek Dagadu Djokdja, variabel prediktabilitas merek berpengaruh paling besar pada kepercayaan merek Dagadu Djokdja, serta

variabel kompetensi merek berpengaruh paling kecil pada kepercayaan merek Dagadu Djokdja.

Berdasarkan uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek mempunyai tingkat hubungan yang kuat pada kepercayaan merek. Disamping hal tersebut dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek memberikan pengaruh (kontribusi) sebesar 58,00% pada kepercayaan merek Dagadu Djokdja, sedangkan sisanya 42,00% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil Uji-F (simultan) diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek secara bersama-sama berpengaruh pada loyalitas merek Dagadu Djokdja. Serta dari hasil Uji-t (parsial) diketahui bahwa variabel reputasi merek berpengaruh pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, variabel prediktabilitas merek berpengaruh paling kecil pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, variabel kompetensi merek berpengaruh paling besar pada loyalitas merek Dagadu Djokdja.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek mempunyai tingkat hubungan yang kuat pada loyalitas merek. Disamping hal tersebut dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek memberikan pengaruh (kontribusi) sebesar 41,60% pada loyalitas merek Dagadu Djokdja,

sedangkan sisanya 58,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari hasil Uji-F (simultan) diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, kompetensi merek, dan kepercayaan merek secara bersama-sama berpengaruh pada loyalitas merek Dagadu Djokdja. Serta dari hasil Uji-t (parsial) diketahui bahwa variabel reputasi merek berpengaruh pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, variabel prediktabilitas merek berpengaruh paling kecil pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, variabel kompetensi merek berpengaruh pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, variabel kepercayaan merek berpengaruh paling besar pada loyalitas merek Dagadu Djokdja.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, kompetensi merek dan kepercayaan merek mempunyai tingkat hubungan yang kuat pada loyalitas merek. Disamping hal tersebut dari hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel reputasi merek, prediktabilitas merek, kompetensi dan kepercayaan merek memberikan pengaruh (kontribusi) sebesar 46,50% pada loyalitas merek Dagadu Djokdja, sedangkan sisanya 53,50% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dari uji mediasi diketahui terjadi *complementary mediation*. Kepercayaan merek memediasi hubungan antara variabel karakteristik merek dengan variabel loyalitas merek. Variabel kepercayaan merek merupakan variabel mediasi yang berfungsi memediasi hubungan antara variabel

independen yaitu karakteristik merek yang meliputi reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek, dengan variabel dependen yaitu loyalitas merek.

Diketahui bahwa pengaruh variabel karakteristik merek pada variabel loyalitas merek berkurang namun tetap signifikan setelah mengontrol variabel kepercayaan merek, maka dengan begitu dapat dikatakan terjadi *partial mediation*.

5.2 Implikasi Manajerial

PT. Aseli Dagadu Djokdja sebaiknya melakukan berbagai program untuk meningkatkan kepercayaan agar konsumen semakin loyal. Untuk meningkatkan kepercayaan lebih cepat maka dapat dilakukan dengan memfokuskan peningkatan prediktabilitas merek, hal itu dikarenakan ternyata variabel prediktabilitas merek yang berpengaruh paling besar terhadap kepercayaan merek. Namun disamping hal tersebut, meningkatkan reputasi merek dan kompetensimerek juga penting untuk dilakukan.

Untuk lebih meningkatkan prediktabilitas merek, PT. Aseli Dagadu Djokdja harus konsisten dalam hal kualitas. Pengawasan yang ketat dalam proses produksi penting untuk ditingkatkan, agar kualitas produk yang diterima konsumen dari waktu ke waktu selalu sesuai dengan harapan konsumen.

Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan kerjasama dengan berbagai instansi atau perusahaan lain yang berhubungan dengan pariwisata

di Yogyakarta, misalnya saja *tour travel*, komunitas *tour leader*, dll. Hal tersebut dimungkinkan dapat meningkatkan reputasi merek, dalam hal positioning Dagadu Djokdja sebagai cinderamata khas Yogyakarta.

Kepercayaan merek merupakan mediator antara karakteristik merek dengan loyalitas merek, namun walau begitu karakteristik merek juga secara langsung mempengaruhi loyalitas merek. Sehingga PT. Aseli Dagadu Djokdja akan mendapat keuntungan berlipat ketika fokus pada peningkatan reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek, karena selain kepercayaan merek meningkat, secara langsung juga akan meningkatkan loyalitas merek.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini semua responden merupakan mahasiswa dengan uang saku/pendapatan yang kecil per bulan. Sedangkan positioning merek Dagadu Djokdja adalah sebagai cinderamata khas Yogyakarta, dimana target konsumennya sangatlah luas. Maka hasil dari penelitian ini belum dapat dijadikan acuan untuk mengeneralisasi konsumen merek Dagadu Djokdja.

5.4 Saran

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya sebanyak tiga variabel yaitu reputasi merek, prediktabilitas merek, dan kompetensi merek. Hasil dari penelitian masih menunjukkan ada variabel lain yang mempengaruhi kepercayaan merek maupun loyalitas merek. Untuk

penelitian selanjutnya, dapat dilakukan penambahan variabel independen untuk lebih memperjelas.

Penelitian selanjutnya dapat menentukan sampel yang lebih besar dengan kriteria yang lebih luas (bukan hanya mahasiswa). Pengambilan sampel dengan kriteria yang lebih luas dan sesuai dengan target pasar merek Dagadu Djokdja akan lebih dapat dijadikan acuan untuk menggeneralisasi.



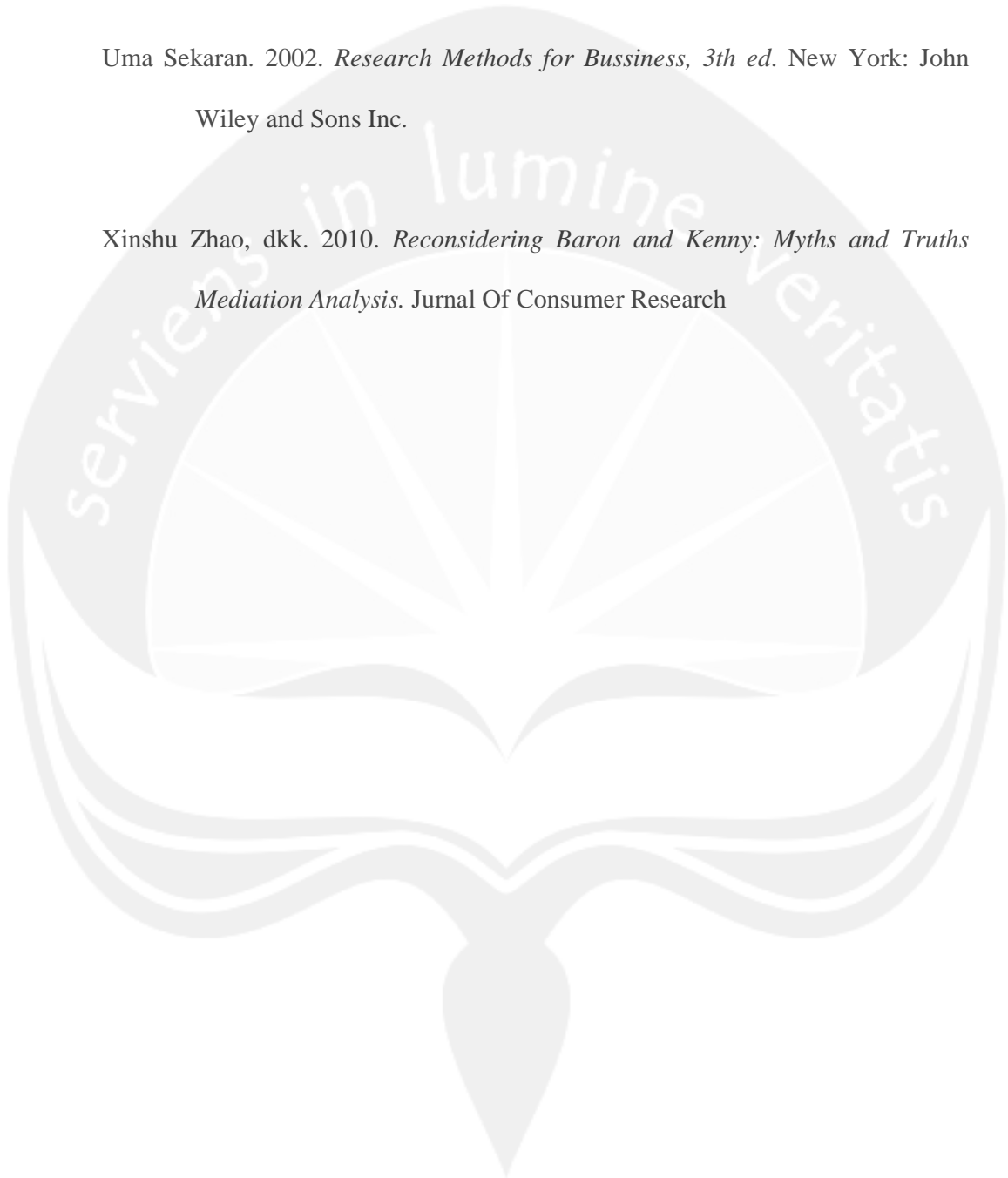
DAFTAR PUSTAKA

- G Thenk Lau dan S. Han Lee. 1999. *Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management, Vol. 4
- Hasan Afzal, dkk. 2010. *Consumer's Trust in the Brand : Can it Be Built through Brand Reputation, Brand Competence, and Brand Predictability*. International Business Research, Vol. 3
- Imam Ghozali. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks
- Marzolina. 2011. "Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Dan Karakteristik Konsumen-Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Ice Cream Wall's Di Kota Pekanbaru". Jurnal Ekonomi, Vol. 19
- Purwanto, B.M. 2002. *The Effect of Salesperson Stress Factors on Job Performance*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 17

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Uma Sekaran. 2002. *Research Methods for Bussiness, 3th ed.* New York: John Wiley and Sons Inc.

Xinshu Zhao, dkk. 2010. *Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths Mediation Analysis*. *Jurnal Of Consumer Research*





LAMPIRAN I

DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin :

Usia :

Tempat Asal :

KETERANGAN : SILANG (X) PADA PILIHAN YANG ADA (a/b/c/dst)

Penghasilan / Uang Saku per Bulan :

- a. Rp 500.000 - Rp 750.000
- b. Rp 751.000 - Rp 1000.000
- c. Rp 1001.000 - Rp 1250.000
- d. Rp 1251.000 - Rp 1500.000
- e. \geq Rp 1501.000

Saya sudah pernah membeli produk dengan merek Dagadu Djokdja sebanyak.....

- a. Satu kali
- b. Dua kali
- c. Tiga kali atau lebih

Saya pernah membeli cinderamata (kaos, mug, gantungan kunci, stiker, dll)

merek Dagadu Djokdja di..... (boleh pilih lebih dari satu)

- a. Jl. Pakuningratan (utara Monumen Tugu Jogja) / UGD (Unit Gawat Dagadu)
- b. Ambarukmo Plaza / DPRD (Djawatan Pelajanan Resmi Dagadu)
- c. Malioboro Mal / Posyandu #1 (Pusat Layanan Dagadu #1)
- d. Pinggiran jalan Malioboro
- e. Dekat Jogja Galeri (timur laut Kraton Ngayogyakarta) / Posyandu #2
- f. Kompleks pertokoan kaos oleh-oleh Yogyakarta
- g. Gedongkuning, utara sentra kerajinan perak Kotagede / Yogyatourium
- h. Pasar Ngasem
- i. Tempat-tempat wisata di Yogyakarta

KETERANGAN : CENTANG (V) PADA TEMPAT YANG DISEDIAKAN

STS : SANGAT TIDAK SETUJU

N : NETRAL

SS : SANGAT SETUJU

TS : TIDAK SETUJU

S : SETUJU

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
R1	Merek Dagadu Djokdja memiliki reputasi yang baik					
R2	Merek Dagadu Djokdja tidak dapat dipercaya*					
R3	Orang lain memberi tahu saya bahwa merek Dagadu Djokdja tidak bagus*					
R4	Orang lain memberi tahu saya bahwa merk Dagadu Djokdja dapat dipercaya					
R5	Merek Dagadu Djokdja saya anggap memiliki kualitas yang bagus					
R6	Saya telah mendengar komentar negatif dari beberapa teman mengenai merek Dagadu Djokdja*					
P1	Saya mengetahui dengan pasti yang saya harapkan ketika membeli merek Dagadu Djokdja					
P2	Saya selalu mengetahui dengan pasti kualitas merk Dagadu Djokdja					
P3	Merk Dagadu Djokdja tidak konsisten dalam menjaga kualitasnya*					
P4	Kualitas merek Dagadu Djokdja konsisten					
P5	Kualitas merek Dagadu Djokdja cenderung sulit ditebak. Saya tidak dapat memastikan kualitas produk merek Dagadu Djokdja ketika membelinya dilain waktu*					
P6	Saya dapat mengetahui dengan pasti kualitas merek Dagadu Djokdja. Merek Dagadu Djokdja dapat selalu diperhitungkan kualitasnya.					

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
C1	Merek Dagadu Djokdja merupakan yang terbaik dikategori produk cinderamata Yogyakarta					
C2	Banyak merek lainnya yang lebih baik kualitasnya dari merek Dagadu Djokdja*					
C3	Kualitas merek Dagadu Djokdja lebih baik dari pada merek lainnya (OVJ, Capung, Mrongos, dll)					
C4	Merek Dagadu Djokdja lebih efektif sebagai cinderamata dari Yogyakarta daripada merk lainnya (OVJ, Capung, Mrongos, dll)					
C5	Merek Dagadu Djokdja memenuhi kebutuhan saya sebagai cinderamata dari Yogyakarta dibandingkan produk lain					
C6	Merek Dagadu Djokdja mampu menjadi cinderamata yang lebih baik dari merek lainnya (OVJ, Capung, Mrongos, dll)					
L1	Saya tidak berminat untuk membeli lagi merek Dagadu Djokdja*					
L2	Ketika merek lain memiliki penawaran menarik, saya akan membeli merek tersebut dibandingkan membeli produk Dagadu Djokdja*					
L3	Ketika merek Dagadu Djokdja tidak tersedia atau gerainya sudah tutup ketika saya membutuhkan, maka saya akan membeli dilain waktu					

NO.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
L4	Jika ada seseorang yang menjelek-jelekan merek Dagadu Djokdja, saya akan melakukan pembelaan					
L5	Saya tidak merekomendasikan merek Dagadu Djokdja kepada rekan yang ingin membeli cinderamata Yogyakarta*					
L6	Saya percaya ketika seseorang berkomentar negatif terhadap merek Dagadu Djokdja*					
L7	Saya sering memberitahu teman bahwa merek Dagadu Djokdja bagus					
T1	Saya percaya pada merek Dagadu Djokdja					
T2	Merek Dagadu Djokdja tidak dapat melakukan tugasnya*					
T3	Saya merasa bahwa sepenuhnya dapat percaya merek Dagadu Djokdja					
T4	Saya merasa aman ketika membeli merek Dagadu Djokdja, karena saya tau merek Dagadu Djokdja tidak akan mengecewakan					

*Items reverse scale



LAMPIRAN II

Uji Validasi Reputasi Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	18,95	5,198	,456	,629
R2	19,04	4,917	,471	,619
R3	19,22	4,750	,410	,639
R4	19,22	4,959	,439	,629
R5	19,08	4,900	,516	,607
R6	19,67	4,922	,255	,709

Uji Validasi Prediktabilitas Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	17,69	9,678	,535	,830
P2	17,78	8,921	,611	,816
P3	17,84	8,661	,595	,820
P4	17,84	8,124	,788	,780
P5	18,25	8,528	,551	,832
P6	17,83	8,803	,660	,807

Uji Validasi Kompetensi Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	18,50	7,314	,440	,763
C2	19,40	7,553	,304	,802
C3	18,70	6,463	,619	,716
C4	18,55	6,787	,614	,720
C5	18,66	7,089	,566	,733
C6	18,60	6,917	,650	,714

Uji Validasi Loyalitas Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	20,95	7,073	,381	,633
L2	22,01	6,231	,411	,626
L3	21,45	7,399	,235	,675
L4	21,76	6,960	,372	,635
L5	21,14	6,506	,470	,606
L6	21,20	7,276	,360	,639
L7	21,04	7,092	,449	,619

Uji Validasi Kepercayaan Merek

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	11,27	2,422	,651	,664
T2	11,45	2,761	,317	,831
T3	11,45	2,274	,633	,664
T4	11,28	2,053	,685	,630



Uji Reabilitas Reputasi Merek

RELIABILITY

```

/VARIABLES=R1 R2 R3 R4 R5 R6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	161	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	18,95	5,198	,456	,629
R2	19,04	4,917	,471	,619
R3	19,22	4,750	,410	,639
R4	19,22	4,959	,439	,629
R5	19,08	4,900	,516	,607
R6	19,67	4,922	,255	,709

Uji Reabilitas Prediktabilitas Merek

RELIABILITY

```

/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5 P6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	161	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	17,69	9,678	,535	,830
P2	17,78	8,921	,611	,816
P3	17,84	8,661	,595	,820
P4	17,84	8,124	,788	,780
P5	18,25	8,528	,551	,832
P6	17,83	8,803	,660	,807

Uji Realibilitas Kompetensi Merek

RELIABILITY

```

/VARIABLES=C1 C2 C3 C4 C5 C6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	161	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	18,50	7,314	,440	,763
C2	19,40	7,553	,304	,802
C3	18,70	6,463	,619	,716
C4	18,55	6,787	,614	,720
C5	18,66	7,089	,566	,733
C6	18,60	6,917	,650	,714

Uji Realibilitas Loyalitas Merek

RELIABILITY

```

/VARIABLES=L1 L2 L3 L4 L5 L6 L7
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	161	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	20,95	7,073	,381	,633
L2	22,01	6,231	,411	,626
L3	21,45	7,399	,235	,675
L4	21,76	6,960	,372	,635
L5	21,14	6,506	,470	,606
L6	21,20	7,276	,360	,639
L7	21,04	7,092	,449	,619

Uji Realibilitas Kepercayaan Merek

RELIABILITY

```

/VARIABLES=T1 T2 T3 T4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
    
```

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	161	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	161	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,761	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	11,27	2,422	,651	,664
T2	11,45	2,761	,317	,831
T3	11,45	2,274	,633	,664
T4	11,28	2,053	,685	,630



LAMPIRAN IV

Uji Regresi Linear Berganda
Karakteristik Merek (Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, dan
Kompetensi Merek) Pada Kepercayaan Merek

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT KEPERCAYAAN
/METHOD=ENTER REPUTASI PREDIKTABILITAS KOMPETENSI.
```

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,767 ^a	,588	,580	,32051

a. Predictors: (Constant), KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,023	3	7,674	74,708	,000 ^b
	Residual	16,128	157	,103		
	Total	39,151	160			

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN

b. Predictors: (Constant), KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,496	,249		1,995	,048
1 REPUTASI	,363	,085	,316	4,274	,000
1 PREDIKTABILITAS	,328	,063	,387	5,183	,000
1 KOMPETENSI	,193	,055	,203	3,502	,001

a. Dependent Variable: KEPERCAYAAN



Uji Regresi Linear Berganda
Karakteristik Merek (Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, dan
Kompetensi Merek) Pada Loyalitas Merek

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT LOYALITAS
/METHOD=ENTER REPUTASI PREDIKTABILITAS KOMPETENSI.
```

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS ^b		Enter

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,654 ^a	,427	,416	,3263624

a. Predictors: (Constant), KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,484	3	4,161	39,068	,000 ^b
	Residual	16,722	157	,107		
	Total	29,206	160			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,005	,253		3,967	,000
	REPUTASI	,271	,086	,273	3,134	,002
	PREDIKTABILITAS	,151	,064	,206	2,344	,020
	KOMPETENSI	,260	,056	,316	4,628	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS



Uji Regresi Linear Berganda
Karakteristik Merek (Reputasi Merek, Prediktabilitas Merek, dan Kompetensi Merek) dan Kepercayaan Merek Pada Loyalitas Merek

```
REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT LOYALITAS
/METHOD=ENTER REPUTASI PREDIKTABILITAS KOMPETENSI KEPERCAYA
```

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEPERCAYAAN, KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS ^b		Enter

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,692 ^a	,478	,465	,3124947

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,972	4	3,493	35,770	,000 ^b
	Residual	15,234	156	,098		
	Total	29,206	160			

a. Dependent Variable: LOYALITAS

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KOMPETENSI, REPUTASI, PREDIKTABILITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,854	,246		3,478	,001
1 REPUTASI	,161	,087	,162	1,837	,068
PREDIKTABILITAS	,051	,067	,070	,770	,443
KOMPETENSI	,202	,056	,245	3,604	,000
KEPERCAYAAN	,304	,078	,352	3,904	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

