

**PENGARUH *BRAND CHARACTERISTIC*, *COMPANY CHARACTERISTIC*
DAN *CONSUMER-BRAND CHARACTERISTIC* SEBAGAI VARIABEL
DARI *TRUST IN BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
KONSUMEN MERK LAMPU PHILIP DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

JANITRA JAYALITA RADANA

NPM : 15420081

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2019**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : JANITRA JAYALITA RADANA
NPM : 15420081
Alamat : Jl. Tambak Pring Timur 4/9, RT.004 RW. 006,
Kel. Asemrowo, Kec. Asemrowo, Surabaya
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS UWKS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh *Brand Characteristic*, *Company Characteristic* dan *Consumer-brand Characteristic* Sebagai Variabel Dari *Trust In Brand* Terhadap *Brand Loyalty* Konsumen Lampu Merk Philips di Surabaya” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 Juni 2019

Yang membuat pernyataan,



(JANITRAJAYALITARADANA)

NPM : 15420081

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND CHARACTERISTIC*, *COMPANY CHARACTERISTIC*
DAN CONSUMER-BRAND CHARACTERISTIC SEBAGAI VARIABEL DARI
TRUST IN BRAND TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA KONSUMEN
LAMPU MEREK PHILIPS DI SURABAYA

Diajukan Oleh:

JANITRA JAYALITA RADANA

NPM : 15420081

TELAH DISETJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING

Dijah Julindrastuti, S.E., M.Ak.

Tanggal 25 Juli 2019

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Siti Djamilah, S.E., Msi

Tanggal 25 Juli 2019

Skripsi

**PENGARUH *BRAND CHARACTERISTIC*, *COMPANY CHARACTERISTIC*
DAN *CONSUMER-BRAND CHARACTERISTIC* SEBAGAI VARIABEL
DARI *TRUST IN BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY* KONSUMEN
MERK LAMPU PHILIP DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

JANITRA JAYALITA RADANA

NPM : 15420081

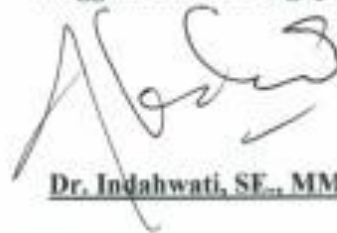
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Diah Julindrastuti, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji



Dr. Indahwati, SE., MM



Lestari SE., MM

Skripsi ini telah di terima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal... 25 Juli 2019



Dr. Siti Djamilah, S.E., MSi
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya, maka penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM. M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., MSi selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Hendra Prasetya, SE., MAk selaku dosen wali yang telah membantu penulis selama menyelesaikan perkuliahan ini.

5. Ibu Dijah Julindrastuti, SE., MAk selaku dosen pembimbing atas waktu, perhatian, kesabaran, dan konsultasi selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah banyak memberi bekal ilmu pengetahuan dan membantu penulis selama di bangku perkuliahan.
7. Seluruh keluargaku terutama mamaku, terima kasih selama ini selalu memberi semangat, doa dan support agar tepat waktu dalam menyelesaikan perkuliahan.
8. Suamiku Timotius Hendry Saputra dan anakku tersayang Noverino Jevantara, kalian yang membuat aku terus semangat hingga sampai saat ini terima kasih atas doa dan kepercayaan yang diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
9. Sahabat dan teman-teman FEB Manajemen 2015, serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

Demikian, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dan berguna bagi kemajuan serta kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya,

Janitra Jayalita Radana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penelitian.....	8
BAB II. TELAAH PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10

2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2. Konsep Pemasaran.....	10
2.1.3. Produk.....	12
2.1.4. Merek (Brand).....	14
2.1.5. Kepercayaan.....	17
2.1.6. Kepercayaan Terhadap Merek	18
2.1.7. Loyalitas Pelanggan	26
2.1.8. Loyalitas Merek	27
2.1.9. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Hipotesis dan Model Analisis	34
2.3.1. Hipotesis	34
2.3.2. Model Analisis	35
 BAB III. METODE PENELITIAN	 36
3.1. Pendekatan Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Sampel	36
3.3. Identifikasi Variabel	37
3.4. Definisi Operasional Variabel	38
3.5. Jenis dan Sumber Data	40
3.5.1. Jenis Data	40

3.5.2. Sumber Data	40
3.6. Prosedur Pengumpulan Data	40
3.7. Teknik Analisis	42
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.7.2. Pengujian Hipotesis	43
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum	49
4.1.1. Sejarah Perusahaan	49
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.3. Cabang Perusahaan	51
4.2. Hasil Penelitian	51
4.3. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis	60
4.4. Pembahasan	66
 BAB V. KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	72
5.1. Simpulan	72
5.2. Saran	74
5.3. Keterbatasan	75
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.4. Kategori Mean Masing – Masing Variabel.....	54
4.5. Variabel Brand Characteristic (X1).....	55
4.6. Variabel Company Characteristic (X2).....	56
4.7. Variabel Consumer Brand Characteristic (X3).....	57
4.8. Variabel Brand Loyalty (Y).....	59
4.9. Hasil Uji Validitas.....	60
4.10. Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.11. Koefisien Determinasi.....	62
4.12. Koefisien Korelasi.....	63
4.13. Uji F.....	64
4.14. Uji T.....	64

DAFTAR GAMBAR

2.1. Lima Tingkatan Produk.....	13
2.2. Model Kontributor dan Detraktor Loyalitas Merek.....	28
2.3. Model Analisis.....	35
3.1. Kurva Distribusi F.....	46
3.2. Kurva Distrubusi T.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner

Lampiran 2 : Input SPSS

Lampiran 3 : Output SPSS

Lampiran 4 : Tabel F dan Tabel t

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand characterisitic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* konsumen lampu merek *Philips* di Surabaya. Media yang digunakan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner kepada pada konsumen lampu merek *Philips* di Surabaya sebagai responden dan diolah dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda.

Dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda dapat diketahui hasil penelitian yaitu pertama, variabel *brand characterisitic*, *company characteristic* dan *consumer-brand characteristic* terhadap *brand loyalty* konsumen lampu merek *Philips* di Surabaya. Jadi hipotesis pertama terbukti kebenarannya. Kedua, dari ketiga variabel bebas tersebut, hanya variabel *brand characterisitic* dan *company characteristic* yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *brand loyalty* konsumen lampu merek *Philips* di Surabaya. Jadi hipotesis kedua tidak terbukti kebenarannya. Ketiga, variable *brand characterisitic* yang mempunyai pengaruh yang dominan terhadap *brand loyalty* konsumen lampu merek *Philips* di Surabaya. Jadi hipotesis ketiga terbukti kebenarannya.

Kata kunci : *Philips, brand loyalty, trust in a brand*

ABSTRACT

This study was conducted with the aim to determine the influence of characteristic brands, company characteristics and consumer-brand characteristics on the brand loyalty of consumers of Philips brand lamps in Surabaya. The media used in this study through distributing questionnaires to consumers of Philips brand lamps in Surabaya as respondents and processed using multiple linear regression analysis models.

By using the multiple linear regression analysis model, it can be seen that the results of the research are first, brand characteristic, company characteristic and consumer-brand characteristic variables towards the brand loyalty of Philips brand lamp consumers in Surabaya. So the first hypothesis is proven true. Second, from the three independent variables, only the characteristic and company characteristic brand variables partially have a significant effect on the brand loyalty of Philips brand lamp consumers in Surabaya. So the second hypothesis is not proven true. Third, the brand characteristic variable has a dominant influence on the brand loyalty of Philips brand lamp consumers in Surabaya. So the third hypothesis is proven to be true.

Keywords: Philips, brand loyalty, trust in a brand