

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA ROKOK MEREK MARLBORO**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

WENDY MAHARDIKA

NPM : 100318135

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

JUNI 2015

Skripsi

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA ROKOK MEREK MARLBORO**

Disusun oleh :

WENDY MAHARDIKA

NPM : 100318135

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB.,P Ph.D.

15 Juni 2015

Skripsi

PENGARUH *BRPAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ROKOK MEREK MARLBORO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Wendy Mahardika

NPM : 10 03 18135

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 Juli 2015 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



Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

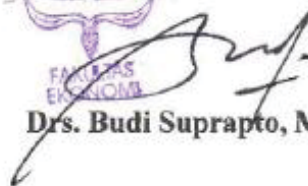


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



Drs. Ign Sukirno, MS

Yogyakarta, 10 Juli 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN

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

PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ROKOK MEREK MARLBORO

Benar-benar hasil karya 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 saya melakukan plagiaris sebagian atau seluruh karya tulis ini, maka saya bersedia melepaskan keputusan dan gelar yang saya peroleh dan akan dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, 15 Juni 2015

Yang menyatakan



Wendy Mahardika

KEPUASAN ITU TERLETAK PADA USAHA,

BUKAN PADA HASIL.

BERUSAHA KERAS ADALAH SEBUAH KEMENANGAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus
- Papah dan Mamah tercinta
- Saudara dan Sahabat terkasih
- Kekasihku Ellen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus. Atas berkat kasih dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, tugas akhir ini tidak akan terselesaikan. Maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyadarkan dan menguatkan dalam menempuh studi S1 serta membimbing penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi.
2. Papah dan Mamah yang selalu memberikan doa, semangat serta dukungan material maupun dorongan untuk keberhasilan penulis.
3. Ibu Mahestu N. Krisjanti, selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan saran dan dorongan untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan maksimal.
4. Rektor beserta segenap Dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmu bagi penulis selama menjalankan studi S1 dan segenap karyawan akademik, tata usaha yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis

5. Kekasihku, Ellen Christiana Margareta yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan semangat agar penulis tidak cepat menyerah ketika penulis menghadapi kesulitan dalam menyelesaikan skripsi.
6. Sahabatku Rendra yang selalu menyempatkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi
7. Teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi Rudi, Yani , Hans, Nando yang selalu menyempatkan waktu untuk sekedar berkumpul ketika bosan mengerjakan skripsi.
8. Teman-teman kost putra Graha Mandiri yang selalu mengisi keseharian dari penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah mendukung baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi

Penulis menyadari bahwa bahwa sekalipun skripsi ini ditulis semaksimal mungkin, namun skripsi ini belumlah sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Yogyakarta, 15 Juni 2015

Penulis

Wendy Mahardika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Praktis	5
1.4.2. Manfaat Akademis	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1	Brand Trust.....	7
2.2	Brand Equity.....	11
2.3	Loyalitas Konsumen.....	15
2.4	Kerangka Pikir dan Pengembangan Hipotesis	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Lingkup Penelitian (Lokasi Penelitian, Objek Penelitian, dan Subjek Penelitian).....	21
3.1.1.	Lokasi Penelitian.....	21
3.1.2.	Objek Penelitian.....	21
3.1.3.	Subjek Penelitian	21
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	22
3.3.	Teknik Pengujian Instrumen	23
3.3.1.	Uji Validitas.....	23
3.3.2.	Uji Reliabilitas	25
3.4.	Metode Analisis Data	26
3.4.1.	Uji Simultan (Uji-F)	26
3.4.2.	Uji Parsial (Uji-t)	27

BAB IV ANALISIS DATA

4.1.	Deskripsi Penelitian.....	29
------	---------------------------	----



4.2.	Karakteristik Responden	30
4.3.	Analisis Regresi.....	33
4.3.1.	Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
4.4.	Pembahasan	35
4.4.1.	Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen	36
4.4.2.	Pengaruh Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen.....	37
BAB V PENUTUP		
5.1.	Kesimpulan.....	40
5.2.	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN.....		44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	24
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity Terhadap Loyalitas Konsumen.....	35

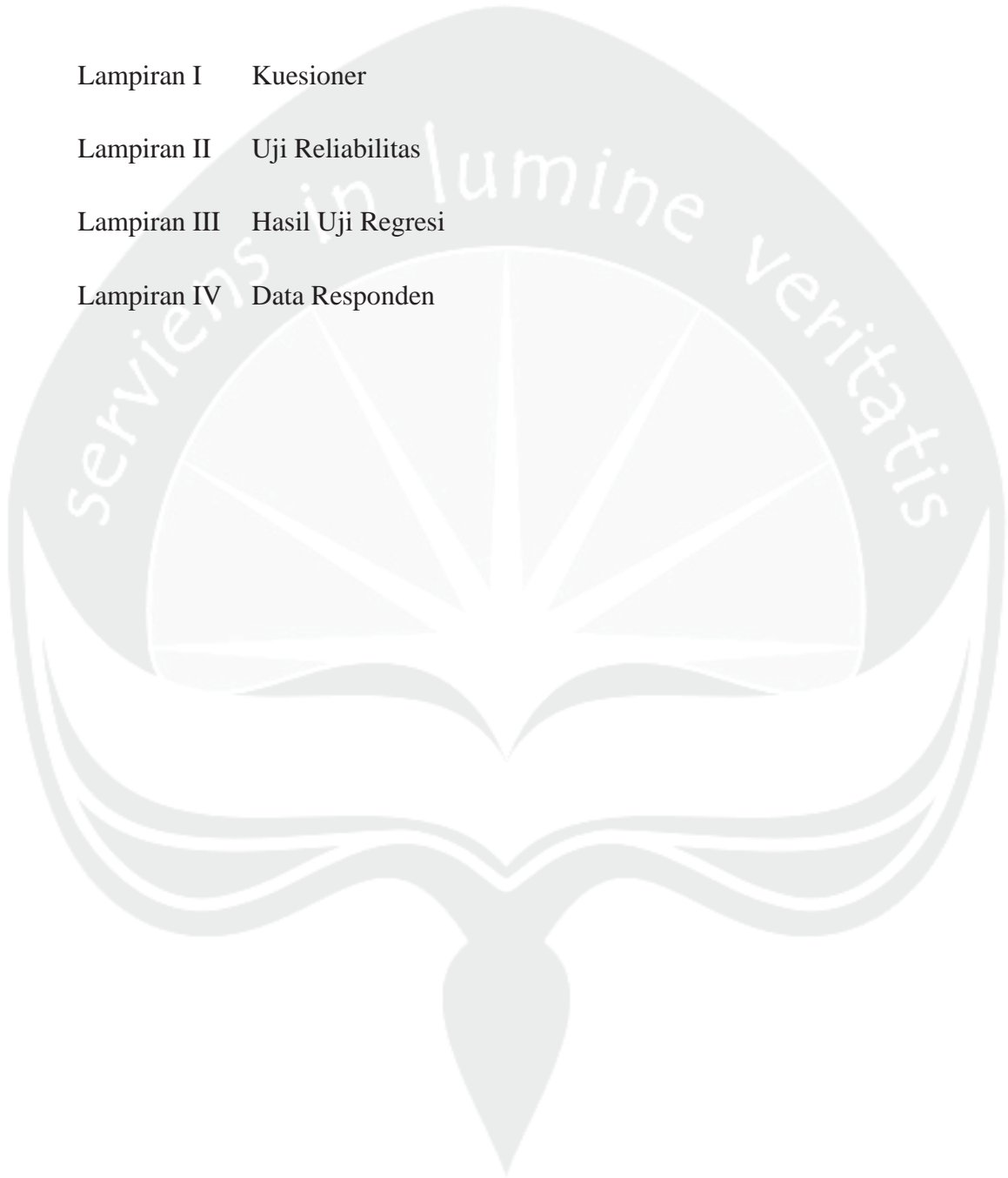
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Lampiran II Uji Reliabilitas

Lampiran III Hasil Uji Regresi

Lampiran IV Data Responden



**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PADA ROKOK MEREK MARLBORO**

Disusun oleh:
Wendy Mahardika
NPM: 100318135

Pembimbing
Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh brand trust dan brand equity terhadap loyalitas konsumen pada rokok merek Marlboro. Sampel dari penelitian ini adalah warga di Yogyakarta yang merokok rokok merek Marlboro. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 150 responden.

Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa *brand trust* dan *brand equity* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen rokok merek Marlboro.

Kata kunci : *brand trust*, *brand equity*, loyalitas konsumen