

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT  
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK  
PROBIOTICS YAKULT  
(A STUDY ON STUDENTS UMY)**



Oleh

**MOH LAZUARDI**

**20050410061**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2011**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT  
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

**THE INFLUENCE  
OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK  
PROBIOTICS YAKULT  
(A STUDY ON STUDENTS UMY)**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



oleh  
**Moh Lazuardi**  
20050410061

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK**

**PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT**

**(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

**THE INFLUENCE  
OF BRAND TRUST ON CONSUMER BRAND LOYALTY TO DRINK  
PROBIOTICS YAKULT  
(A STUDY ON STUDENTS UMY)**

**Diajukan oleh**

**MOH LAZUARDI**

**20050410061**

Telah disetujui Dosen Pembimbing

  
**Munjiati Munawaroh SE,MSi**

**NIK : 143024**

Tanggal 18 Agustus 2011

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK  
PADA KONSUMEN MINUMAN PRO BIOTIK YAKULT  
(STUDI PADA MAHASISWA UMY)**

Diajukan oleh

MOH LAZUARDI

20050410061

Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

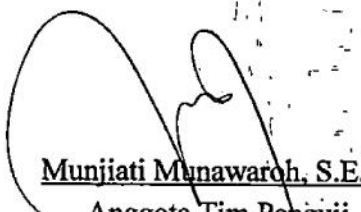
Tanggal 12 Agustus 2011

Yang Terdiri dari:




Dr. Susanto, M.S.

Ketua Tim Penguji



Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.

Anggota Tim Penguji



Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Masbani Anwar, S.E., M.Si.

NIK: 143014

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Moh Lazuardi

Nomor Mahasiswa : 20050410061

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “Pengaruh kepercayaan atas merek terhadap loyalitas merek pada konsumen minuman probiotik Yakult (studi pada mahasiswa UMY)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta 17 April 2011

Moh Lazuardi

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Pada hari ini telah Aku sempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Aku cukupkan kepadamu nikmat-Ku dan telah Aku ridloi Islam jadi agama bagimu”.

(Qs. Al Maidah: 3)

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu berat, kecuali bagi orang-orang yang khusus”.

(Qs. A Baqorah: 45)

“Kesenangan dalam dunia ini tidaklah membahayakan dengan sendirinya, ia baru berbahaya ketika semua itu membuatmu lupa, tidak patuh dan melalaikan Tuhanmu”.

## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran ALLAH SWT, kupersembahkan karya ini untuk:

- **ALLAH SWT**

Yang telah memberikan nafas dalam hidupku, mengijinkan aku merasakan nikmat-nikmat-Mu dan telah memberikan rahmat dan cinta pada hamba-Nya.

- Kedua orang tuaku yang tercinta dan seluruh keluargaku yang telah mengiringi langkahku dengan dukungan dan doanya.
- Semua teman-teman yang membantuku dan menolongku

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh dari variabel kepercayaan atas merek yang meliputi kepercayaan merek, kepercayaan perusahaan, kepercayaan merek – konsumen. Merek yang diteliti adalah merek minuman probiotik Yakult, yang respondennya diambil dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang mengkonsumsi minuman probiotik Yakult.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama dan parsial variabel kepercayaan atas merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek. Dalam upaya meningkatkan loyalitas merek, perusahaan harus senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan terhadap merek.

Kata kunci : kepercayaan atas merek, karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik merek konsumen, loyalitas merek.

## **ABSTRACT**

This research aims to study the effect of variable reliability of the brand including brand trust, trust companies, trust the brand - consumers. Brands under investigation is a brand of probiotic drink Yakult, the respondents were taken from students Muhammadiyah University of Yogyakarta who consumed the probiotic drink Yakult.

The results of this study indicate that jointly and partial confidence in the brand variables significant effect on brand loyalty. In an effort to increase brand loyalty, companies must constantly improve and maintain customer trust towards the brand.

**Key words:** confidence in the brand, brand characteristics, firm characteristics, the characteristics of consumer brand, brand loyalty.



## **KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan atas Merek Terhadap Loyalitas Merek pada Konsumen Minuman Pro Biotik Yakult”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dengan meningkatkan kepercayaan atas merek dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Munjiati Munawaroh SE, MSi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
2. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada saya hingga dapat menyelesaikan karya tulis ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Yogyakarta 17 April 2011

Moh Lazuardi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	7
A. Merek .....	7
B. Loyalitas Merek .....	8
C. Kepercayaan Atas Merek .....	9
1. Karakteristik Merek .....	11
2. Karakteristik Perusahaan .....	11
3. Karakteristik merek-konsumen .....	12

D. Model Penelitian .....	13
E. Penelitian Tersahulu .....	14
F. Penurunan Hipotesis .....	14
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	19
B. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	19
C. Teknik Pengumpulan Sampel .....	19
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	20
1. Variabel kepercayaan atas merek .....	20
a. Karakteristik merek.....	20
b. Karakteristik perusahaan .....	22
c. Karakteristik merek-konsumen .....	23
2. Loyalitas merek .....	24
E. Uji Kualitas Instrumen .....	25
1. Uji validitas .....	25
2. Uji reliabilitas .....	26
F. Uji Hipotesis dan analisis data .....	26
a. Analisis regresi berganda .....	26
b. Uji F .....	27
c. Uji t .....	27
d. Uji $R^2$ .....	28
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
A. Gambaran Umum Produk Yakult.....	29

B. Analisis Deskriptif .....	30
1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
2. Karakteristik responden berdasarkan fakultas .....	31
3. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pemakaian .....	32
C. Analisis Instrumen .....	32
1. Uji validitas .....	32
2. Uji reliabilitas .....	34
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	35
1. Analisis regresi berganda .....	35
2. Uji F .....	36
3. Uji t .....	37
a. Pengujian hipotesis untuk karakteristik merek .....	38
b. Pengujian hipotesis untuk karakteristik perusahaan .....	39
c. Pengujian hipotesis untuk karakteristik merek konsumen .....	40
4. Uji $R^2$ .....	41
E. Pembahasan .....	41
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	44
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran .....	44
C. Keterbatasan penelitian .....	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
4.2	Responden berdasarkan Fakultas.....	31
4.3	Responden berdasarkan frekuensi pemakaian produk.....	32
4.4	Uji Validitas.....	33
4.5	Uji Reliabilitas.....	34
4.6	Hasil pengujian regresi linear berganda.....	35
4.7	ANOVA.....	37
4.8	Uji $R^2$ .....	41