

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR**

(STUDI PADA PELANGGAN LION AIR DI YOGYAKARTA)

***THE EFFECT OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY OF LION AIR
AIRLINES***

(A STUDY ON CUSTOMERS OF LION AIR AIRLINES IN YOGYAKARTA)



Oleh

MULYANI

20080410079

**FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2012

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR**

(STUDI PADA PELANGGAN LION AIR DI YOGYAKARTA)

***THE EFFECT OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY OF LION AIR
AIRLINES***

(A STUDY ON CUSTOMERS OF LION AIR AIRLINES IN YOGYAKARTA)

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Strata-1 Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

**MULYANI
20080410079**

**FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2012

SKRIPSI
PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR
(STUDI PADA PELANGGAN LION AIR DI YOGYAKARTA)

THE EFFECT OF BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY OF LION AIR
AIRLINES
(A STUDY ON CUSTOMERS OF LION AIR AIRLINES IN YOGYAKARTA)

Diajukan oleh

MUEYANI

20080410079

Telah disetujui Dosen Pembimbing


Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.

NIK : 143012

Tanggal 31 Maret 2012

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK
MASKAPAI PENERBANGAN LION AIR
(STUDI PADA PELANGGAN LION AIR DI YOGYAKARTA)**

Diajukan oleh

MULYANI

20080410079


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

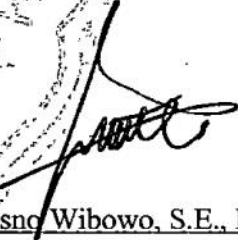
Tanggal 25 April 2012

Yang terdiri dari:

Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.

Ketua Tim Penguji



Hasnah Rimiati, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji


Sutrisno Wibowo, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Dr. Nario Prawoto S.E., M.Si.
NIK : 143016

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mulyani

Nomor Mahasiswa : 20080410079

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : “ **Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek maskapai penerbangan Lion Air (studi pada pelanggan di Yogyakarta)**” 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, 25 April 2012

Mulyani

INTISARI

Merek merupakan elemen yang sangat penting di berbagai aspek khususnya pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mempelajari pengaruh dari variabel kepercayaan merek yang terdiri dari karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek-konsumen terhadap loyalitas merek yaitu studi pada pelanggan Lion Air di Yogyakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari 75 responden dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara bersama-sama variabel kepercayaan atas merek yang terdiri dari karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik merek-konsumen berpengaruh terhadap loyalitas merek. Secara parsial variabel karakteristik merek berpengaruh 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, dan maskapai penerbangan Lion Air.

ABSTRACT

Brand is an important element in many aspects especially in marketing. This research aims at finding out and learning the effects of brand trust variables consisting of brand characteristics, company characteristics, and consumers-brand characteristics toward brand loyalty which is a study on Lion Air customers in Yogyakarta.

Data used in this research are primary data obtained from 75 respondents by using questionnaires in which their validity and reliability were tested. Purposive sampling technique was used in taking the sample. Multiple linier regression analysis was applied in analyzing the data.

The research shows that brand trust variables consisting of brand characteristics, company characteristics, and consumers-brand characteristics influence brand loyalty. Partially, brand characteristics variables influence brand loyalty. In improving brand loyalty, companies should always improve and maintain customers' trust on brand.

Keywords: Brand Trust, Brand Characteristics, Company Characteristics, Consumers-Brand Characteristics, Brand Loyalty, and Lion Air Airlines.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Maskapai Penerbangan Lion Air (Studi pada Pelanggan Lion Air di Yogyakarta) dengan lancar. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr.Nano Prawoto S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomu Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA, S.E., M.Si., PhD., selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr.Siti Dyah Handayani, S.E., M.M., selaku pembimbing yang sudah memberikan arahan, masukan, dan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh staf dosen dan administrasi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memfasilitasi kelancaran penelitian.
5. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dengan segenap kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu semua masukan yang bersifat membangun akan penulis terima dengan sepenuh hati dan terbuka.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang mempergunakannya

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 25 April 2012

Mulyani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori	
1. Pengertian Merek.....	8
2. Loyalitas Merek.....	9
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas merek.....	12
4. Kepercayaan Terhadap Merek	15
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
C. Hipotesis.....	28
D. Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	34
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	34

C. Jenis Data dan Teknik Pengambilan Data.....	35
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
1. Variabel Bebas (Independen) dan Indikator	35
2. Variabel Terikat (Dependen) dan Indikator	37
E. Alat Ukur Variabel Penelitian.....	38
F. Uji Kualitas Instrumen.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	39
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Analisis Kuantitatif	40
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	40
b. Uji Koefisien parsial (uji t).....	41
c. Uji Hipotesis Serentak (Uji F).....	42
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	45
1. Sejarah Lion Air.....	45
2. Misi.....	46
3. Batu Loncatan Penerbangan Lion Air.....	47
B. Uji Kualitas Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	51
C. Uji Hipotesis dan Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Analisis Kuantitatif.....	55
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	55
b. Uji Koefisien parsial (uji t).....	56
c. Uji Hipotesis Serentak (Uji F).....	58
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
D. Pembahasan.....	60

BAB V	KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....		65
B. Keterbatasan Penelitian.....		66
C. Saran.....		67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- 4.1 Hasil Uji Validitas Karakteristik Merek
- 4.2 Hasil Uji Validitas Karakteristik Perusahaan
- 4.3 Hasil Uji Validitas Karakteristik Merek-Konsumen
- 4.4 Hasil Uji Validitas Loyalitas Merek
- 4.5 Hasil Uji Reliabilitas
- 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
- 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Penerbangan Bersama
Lion Air
- 4.9 Uji Model Regresi
- 4.10 Hasil Uji F (simultan)
- 4.11 Koefisien Determinasi (R^2)

DAFTAR GAMBAR

- 2.1 Model Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Maskapai Penerbangan Lion Air di Yogyakarta