

**PENGARUH *TRUST IN A BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PADA KONSUMEN MITSUBISHI *COLT DIESEL* FE 74 HD
PT. SUKA FAJAR DI PEKANBARU**

SKRIPSI

OLEH

MULYADI
NIM : 11071103546



**PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKAN BARU
2014**

**PENGARUH *TRUST IN A BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY*
PADA KONSUMEN MITSUBISHI *COLT DIESEL FE 74 HD*
PT. SUKA FAJAR DI PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH

MULYADI
NIM : 11071103546



PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014

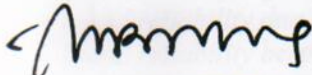
NAMA : MULYADI
NIM : 11071103546
JURUSAN : MANAJEMEN
SEMESTER : (V111) DELAPAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : PENGARUH TRUST IN A BRAND TERHADAP
BRAND LOYALTY PADA KONSUMEN MITSUBISHI
COLT DIESEL FE 74 HD PT.SUKA FAJAR DI
PEKANBARU

TANGGAL UJIAN : 4 JUNI 2014

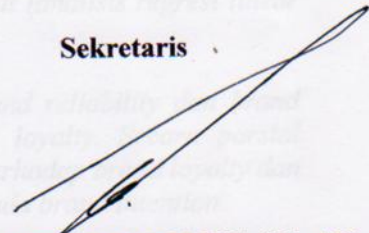
PANITIA PENGUJI :

Ketua

Sekretaris



Drs ALMASRI M,SI
NIP: 1967080 1200501 1 007

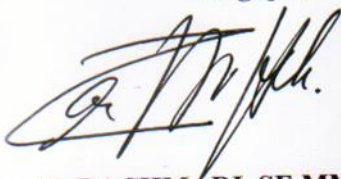


MASTEVEN ROMUS, SE, AK
NIK. 130 712 070

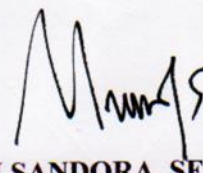
DI KETAHUI OLEH :

Penguji I

Penguji II



M. RACHMADI, SE,MM
NIK. 130 410 018



MERI SANDORA, SE,MM
NIP: 19790505 200710 2 001

ABSTRAK
PENGARUH TRUST IN A BRAND TERHADAP BRAND LOYALTY
PADA KONSUMEN MITSUBISHI COLT DIESEL
FE 74 HD PT. SUKA FAJAR DI PEKANBARU

Oleh :

Mulyadi
11071103546

JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel trust in a brand (X), yang terdiri dari brand reliability (X_1) dan brand intention (X_2) terhadap brand loyalty (Y). Penelitian ini menggunakan teknik eccidental sample maka terpilih 95 orang sampel. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, analisis yang digunakan secara simultan dan parsial (analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS V.20).

Hasil pengujian menunjukkan secara simultan brand reliability dan brand intention berpengaruh signifikan terhadap brand loyalty. Secara parsial brand reliability dan brand intention berpengaruh terhadap brand loyalty dan brand reliability berpengaruh lebih dominan dari pada brand intention.

Kata kunci : *trust in a brand, brand reliability, brand intention, brand loyalty.*

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Trust In A Brand Terhadap Brand Loyalty Pada Konsumen Mitsubishi Colt Diesel FE 74 HD PT. Suka Fajar Di Pekanbaru”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Mahendra Romus, M.Ec., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Mulia Sosiady, SE., MM., Ak. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ferizal Rachmad, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan penasehat akademis yang telah banyak meluangkan

waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.

4. Bapak Ermansyah, SE., MM. Selaku dosen konsultasi proposal yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan proposal skripsi.
5. Seruruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang tercinta, Syarqi Husen (alm) dan Martalena Malik yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
7. Keluargaku yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
8. Pimpinan dan karyawan PT. Suka Fajar Pekanbaru yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner.

10. Teman-teman seperjuangan di fakultas Ekonomi dan Sosial yang selalu memberikan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan study.
11. Seluruh pihak-pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga skripsi ini biasa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Pekanbaru,

Penulis

Mulyad

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Pengertian Merk.....	14
2.2.1 Manfaat dan Tujuan Pemberian Merk.....	17
2.2.2 Peranan dan Kegunaan Merk.....	20
2.3 Kepercayaan Terhadap Merk.....	21
2.3.1 Pengukuran Kepercayaan Merk.....	23
2.3.2 Cara Mempertahankan Kepercayaan Merk.....	24
2.4 Pengertian Loyalitas Merk.....	26
2.4.1 Fungsi Loyalitas Merk.....	28
2.4.2 Tingkat Loyalitas Merk.....	29
2.4.3 Efek Loyalitas Merk.....	32
2.4.4 Pengukuran Loyalitas Merk.....	33
2.5 Penelitian Terdahulu.....	34
2.6 Kerangka Penelitian.....	36
2.7 Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.....	36
2.8 Hipotesis Penelitian.....	37
2.9 Variabel Penelitian.....	38
2.10 Padangan Islam.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Jenis Penelitian dan Sumber Data.....	43

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1 Kuesioner.....	43
3.4.2 Wawancara.....	44
3.5 Metode Analisis Data.....	44
3.6 Uji Kualitas Data.....	45
3.6.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.6.3 Uji Normalitas.....	47
3.6.4 Uji Heterokedastisitas.....	48
3.7 Analisis Regresi Berganda.....	47
3.8 Uji Signifikan Individual (Uji T).....	48
3.9 Uji Signifikan Serentak (Uji F).....	49
3.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	50

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.2 Sejarah Berdirinya PT.Sutan Kasim.....	51
4.2 Visi dan Misi.....	54
4.3 Struktur Organisasi.....	55

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Gambaran Umum Responden.....	56
5.1.1 Analisis Variabel.....	56
5.1.1.1 Brand Reliability.....	57
5.1.1.2 Brand Intention.....	58
5.1.1.3 Brand Loyalty.....	59
5.2 Uji Instrumen.....	60
5.2.1 Uji Validitas.....	60
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	61
5.2.3 Uji Normalitas.....	63
5.2.4 Uji Heterokedastisitas.....	64
5.3 Analisis Regresi Berganda.....	62
5.4 Pengujian Hipotesis.....	64
5.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	64
5.4.2 Uji Parsial (Uji T).....	65
5.4.3 Koefisien Determinasi.....	66
5.5 Pembahasan.....	67
5.5.1 Pengaruh Dimensi <i>Brand Reliability</i> (X_1) Terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	67
5.5.2 Pengaruh Dimensi <i>Brand Intention</i> (X_2) Terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	69
5.5.3 Pengaruh Dimensi <i>Trust in a Brand</i> (X) Terhadap <i>Brand Loyalty</i> (Y).....	69

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	71
6.2 Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN