

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP  
KOMITMEN MEREK DENGAN DI MEDIASI OLEH  
KEPERCAYAAN MEREK PADA PENGGUNA  
HANDPHONE NOKIA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian  
Program pendidikan Strata Satu  
Jurusan Manajemen**



**Oleh :**

**ABDUL HAKIM ISOM**

**2010210358**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2014**

**PENGARUH KEPRIHADIAN MEREK TERHADAP KOMITMEN  
MEREK DENGAN DI MEDIASI OLEH KEPERCAYAAN  
MEREK PADA PENGGUNA *HANDPHONE*  
NOKIA DI NURABAYA**

Diajukan oleh :

**ABDUL HAKIM ISOM**

**2010210358**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 11-07-2014

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'BS', written over two horizontal lines.

**(BAGUS SUMINAR, S.E., S.Pt., MM.)**

# SKRIPSI

## PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP KOMITMEN MEREK DENGAN DI MEDIASI OLEH KEPERCAYAAN MEREK PADA PENGGUNA *HANDPHONE* NOKIA DI SURABAYA

Disusun oleh

**ABDUL HAKIM ISOM**

2010210358

Dipertahankan di depan tim penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal ..A...02...2014

Tim Penguji

Ketua : (Drs.Ec. Harry Widyantoro, M.Si) .....

Sekretaris : (Bagus Suminar, S.E.,S.Psi,MM,) .....

Anggota : (Dr. Ronny S.Kom. M.Kom. M.H) .....

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Abdul Hakim Isom  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 13 Juli 1992  
NIM : 2010210358  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap  
Komitmen Merek Dengan Di Mediasi Oleh  
Kepercayaan Merek Pada Pengguna Handphone  
Nokia Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi SI Manajemen

Tanggal :



(Melhya Sibyy, S.E., M.Si)

Dosen Pembimbing

Tanggal : 2 April 2014



(Bangas Sumidar, S.E., S.Psi, MM.)

## MOTTO

**Hidup tak akan pernah datar. akan selalu ada rintangan dan kebahagiaan didalamnya. Nikmati. jalani dan tak perlu takut.**

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmaanirrohiim..

Segala puja dan puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang selalu senantiasa mencurahkan Rahmat seta Hidayah-Nya dalam memberi kekuatan maupun kelancaran selama pengerjaan sampai pada akhirnya terselesaikannya skripsi ini. Segala bentuk dukungan dan bantuan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak. Dedikasi, persembahan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya berikan kepada : Orang tua tercinta yang telah memberikan doa serta dukungan moril maupun materil yang tidak terhitung, terima kasih atas segala kasih sayang, pelajaran dan kepercayaan yang telah diberikan. Semangat dan tekad yang tak dapat dibendung setiap saatku ingin memperlihatkan prestasi yang dapat dicapai untuk kalian. Semoga semangatku ini dapat pula merasakan pula, kelak suatu saatku dapat membuktikan dan membuat kalian bangga dan bahagia. Terima kasih untuk teman-teman ku yang sudah menemaniku dalam susah maupun senang. Serta membantu ku dalam melakukan penyebaran kuisisioner ini hingga selesai.

Seluruh dosen S1 Manajemen dan civitas STIE Perbanas Surabaya khususnya kepada para dosen Jurusan Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan. Untuk Bapak Bagus Suminar S.E.,S.Psi.,MM, terima kasih banyak karena telah menyempatkan waktu untuk memberikan pengajaran dan pengetahuan selama ini.

Terima kasih sebanyak – banyaknya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam memberikan informasi dan sebagainya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah S.W.T atas segala rahmat dan karunia-Nya dalam pembuatan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepribadian merek terhadap Komitmen merek dengan di mediasi oleh Kepercayaan merek pada pengguna *Handphone* Nokia di Surabaya.

Skripsi ini disusun guna memenuhi satu syarat penyelesaian program pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Manajemen, dengan Konsentrasi Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya. Penyelesaian dan kualitas skripsi ini tidak terlepas dari beberapa pihak, dan oleh karenanya disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. selaku ketua STIE PERBANAS Surabaya
2. Ibu Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Ibu Emma Julianti SE. MM., selaku Dosen Wali yang telah memberikan banyak dukungan, saran, doa, dan bimbingan yang sangat berarti terutama pada masa-masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
4. Bapak Bagus Suminar S.E.,S.Psi.,MM., dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, nasehat, saran, hingga kebaikan yang dapat menjadikan sumber inspirasi dan membangun karakter penulis sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
7. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
8. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang memberikan dukungan dalam proses penelitian skripsi ini. Segala kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Sekian kata yang bisa penulis buat untuk lebih menyempurnakan skripsi ini. Sedikit dan banyaknya kata yang salah pada skripsi ini, kami memohon maaf sebesar-besarnya dan semoga bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Kesempurnaan hanyalah milik Yang Maha Sempurna, yaitu Allah 'Azza wa Jalla dan kesalahan dan ketidak sempurnaan hanyalah milik penulis selaku ciptaan-Nya. Terima Kasih.

Surabaya, Februari 2014

Penyusun



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACK .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	25
2.4 Hipotesis .....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan penelitian.....	27
3.2 Batasan Penelitian.....	28
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	28
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	29
3.5 Populasi, Sampel, Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.6 Instrumen Penelitian .....	34
3.7 Data Dan Metode Pengumpulan Data .....	35
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	36

3.9 Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	41
4.2 Analisis Data.....	44
4.3 Pembahasan .....	55
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	63
5.3 Saran .....	63

## DAFTAR RUJUKAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Market Share Merek Smartphone Dan Ponsel Biasa 2013	6
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 : Model Analisis Jalur	50
Gambar 4.2 : Hasil Perhitungan Model Analisis Jalur	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Persamaan Dan Perbedaan Penelitian	16
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Pernyataan	35
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	42
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepribadian Merek (Kpm)	45
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepercayaan Merek (Km)	46
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Variabel Komitmen Merek (Ktm)	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Sample Kecil	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Sample Besar	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Sample Kecil	49
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Pada Variabel Penelitian Sampel Besar	50
Tabel 4.10	Estimasi Parameter Jalur	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Data
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Output SPSS Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Analisis Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Uji Validitas dan Realibitas Sampel Kecil
- Lampiran 7 : Uji Validitas dan Realibitas Sampel Besar
- Lampiran 8 : Estimasi Parameter Jalur
- Lampiran 9 : Jadwal Penulisan Skripsi

**THE INFLUENCE OF BRAND PERSONALITY OF BRAND  
COMMITMENT WITH AS AN INTERVENING BY BRAND TRUST OF  
NOKIA MOBILE PHONE USERS IN SURABAYA**

*Abdul Hakim Isom  
Student of Faculty Economic, Marketing Management  
STIE Perbanas Surabaya*

**ABSTRACT**

*The brand has a very important role in today's market as a means to build strong bonds (Brand Trust) with the user, providing profitability and sustainability for the company as a result. Brand Trust refers to the level of commitment that is owned by its customers. Brand Trust has the main benefit namely to provide assurance on the existing market share held among the sharp competitors.*

*The purpose of this research was to investigate the effect of Brand Personality toward brand Trust, and the effect of brand Trust toward brand Commitment. This research tested if brand Trust is the intervening variable between the effect of Brand Personality toward brand Commitment. Sample collection technique is used purposive sampling technique with a total sample of 100 respondents. This research performed two analyzes, namely: Descriptive Analysis and Path Analysis (Path Analysis) using SPSS 18.*

*The results of research is that Brand Personality significantly and positively affects the brand Trust and the brand Trust significantly and positively affect the brand Commitment. Brand Trust is proved to be the intervening variable to influence the affect of Brand Personality toward brand Commitment of research Nokia mobile phone users in Surabaya.*

*Key words : Brand Personality, brand Commitment, and Brand Trust*