

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI MELALUI MEDIASI
TIMBAL BALIK PERSONAL PENGGUNA BLACKBERRY DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Manajemen



Oleh :

DIAN ADITYA PUTRA

NIM : 2009210268

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2013

**Pengaruh Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap
Niat Membeli Kembali Melalui Mediasi Timbal Balik
Personal Pengguna Blackberry di Surabaya**

Diajukan Oleh :

**DIAN ADITYA PUTRA
NIM : 2009210268**

**Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan**

**Dosen Pembimbing,
Tanggal : ...14.Feb 2013**

(EMMA JULIANTI,SE. MM.)

SKRIPSI

**PENGARUH LOYALITAS MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP NIAT MEMBELI KEMBALI DI MEDIASI TIMBAL BALIK
PERSONAL PENGGUNA *BLACKBERRY* DI SURABAYA**

Disusun oleh

DIAN ADITYA PUTRA

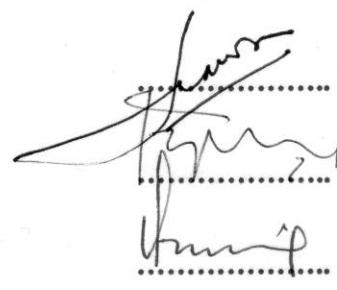
NIM : 2009210268

Dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

pada tanggal

Tim Penguji

Ketua : Drs. Irawan, M.M



Sekretaris : Emma Julianti, S.E.,M.M

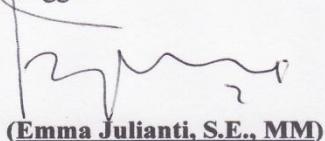
Anggota : Dra. Lindiawati, M.M

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dian Aditya Putra
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 25 Oktober 1990
N.I.M : 2009210268
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Loyalitas Merek dan Kepercayaan
Merek Terhadap Niat Membeli Kembali
Melalui Mediasi Timbal Balik Personal
Pengguna Blackberry di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal :



(Emma Julianti, S.E., MM)

Ketua Program Studi S1 Manajemen,
Tanggal:



(Mellyza Silvi, S.E., M.Si)

MOTTO HIDUP

Memegang teguh filosofi seperti sifat air yaitu :

- Air bergerak dari tempat tinggi menuju ke tempat yang rendah yaitu jika kita berada pada jabatan di atas tetap kita melihat ke bawah.
- Air mengalir membersihkan kotoran yaitu selalu dapat menjaga nama baik dan juga selalu dapat memberikan pengaruh yang positif kepada lingkungan sekitar.
- Air selalu mencari celah-celah kecil yaitu selalu dapat mencari jalan keluar disetiap masalah yang dihadapi.
- Air sumber kehidupan makhluk yaitu selalu berusaha agar bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang berarti dalam hidup saya yang selalu mendukung dan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini. Pertama saya memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga dalam penulisan skripsi ini diberikan kemudahan dan kelancaran. Kedua, kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafa'atnya. Ketiga, Orang tua saya yang tak hentinya mendoakan dan selalu memfasilitasi semua kebutuhan saya. Keempat, Nenek Dewi Mastami dan Kasiyatun yang selalu menjadi semangat saya untuk menyelesaikan kuliah ini. Kelima, Abi dan Umi yang selalu membantu mendoakan dan memotivasi saya. Keenam, Om Masturi yang selalu memotivasi saya dari awal kuliah sampai selesai. Ketujuh, Adik-adik saya Candra Dwi Wicaksono, Novia Indah Puspitasari, Arief, Friant, Faris yang selalu mendukung dan menghibur saya. Kedelapan, semua teman di Padepokan Ragasukma Nusantara khususnya guru ngaji Adi Nurhamzah.. Kesembilan, semua teman-teman saya dari mulai SD sampai Kuliah serta teman-teman yang ada di kos Kendra.

SPECIAL THANK'S FOR :

- ♥ AYU PERMATASARI yang selalu menyemangati, mendoakan, meneman, dan membantu dalam menjalani perkuliahan ini
- ♥ Ibu Emma Julianti, S.E.,M.M yang selalu sabar membimbing dari awal sampai akhir penggerjaan skripsi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Membeli Kembali di Mediasi Timbal Balik Personal Pengguna *Blackberry* di Surabaya”.

Adapun penyusunan skripsi ini dilakukan dengan tujuan untuk menempuh dan memenuhi salah satu syarat penyelesaian program pendidikan sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Perbankan di STIE PERBANAS SURABAYA.

Pada kesempatan ini ,penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan , nasehat serta bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, yang saya hormati:

1. Ibu Emma Julianti, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang sangat berperan besar, yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, membantu petunjuk serta arahan dalam proses penyusunan dan sekaligus penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Prof. Dr. Dra. Psi, Tatik Suryani, M.M. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Mellyza Silvy S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan pengarahan selama menjadi mahasiswa di STIE Perbanas Surabaya.

4. Bapak Drs.Ec. Harry Widyantoro M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu saya, memberikan bimbingan dan pengarahan selama menjadi mahasiswa di STIE Perbanas Surabaya
5. Bapak dan Ibu Dosen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan kepada penulis.
6. Seluruh staff / karyawan perpustakaan STIE Perbanas Surabaya yang telah banyak membantu menyediakan literatur dan data-data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh civitas Akademik STIE Perbanas Surabaya.

Penulis berharap semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga mengharapkan adanya berupa masukan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat dalam pengetahuan, baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang berkepentingan.

Surabaya, April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
LEMBAR LULUS UJI SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBERAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Rumusan Masalah	5
1. 3 Tujuan.....	6
1. 4 Manfaat Penelitian.....	6
1. 5 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2. 1 Penelitian Terdahulu	9
2. 2 Landasan Teori.....	13

2. 3 Kerangka Pemikiran	20
2. 4 Hipotesis.....	20

BAB III METODE PENELITIAN

3. 1 Rancangan Penelitian	21
3. 2 Batasan Penelitian	21
3. 3 Identifikasi Variabel.....	22
3. 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3. 5 Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel	24
3. 6 Instrumen Penelitian.....	25
3. 7 Data dan Metode Pengumpulan data	28
3. 8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas	28
3. 9 Teknik Analisis Data	30

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

4. 1 Gambaran Subyek Penelitian	39
4. 2 Analisis Data	42
4. 3 Pembahasan.....	60

BAB V PENUTUP

5. 1 Kesimpulan.....	67
5. 2 Keterbatasan Penelitian	68
5. 3 Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA	70
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	10
Gambar 2.2	20
Gambar 4.1	39
Gambar 4.2	40
Gambar 4.3	41
Gambar 4.4	42
Gambar 4.5	54
Gambar 4.6	55
Gambar 4.7	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan <i>handphone</i> berbasis sistem operasi	4
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	12
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pernyataan	26
Tabel 4. 1 Interval Kelas	43
Tabel4. 2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Merek .	44
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Merek	45
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Membeli Kembali.....	47
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Timbal Balik Personal.....	48
Tabel 4. 6 <i>Assesment Of Normality</i>	50
Tabel 4. 7 <i>Multivariate Outlier</i>	52
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas	53
Tabel 4. 9 <i>Godness – Of – Fit Full Structural Model</i> Uji CFA Awal.....	54
Tabel 4. 10 <i>Godness – Of – Fit Full Structural Model</i> Uji CFA Akhir.....	55
Tabel 4.11 Hasil Estimasi Uji CFA.....	56
Tabel 4.12 <i>Goodness – Of – Fit Full Structural Model</i> SEM.....	58
Tabel 4.13 Hasil Estimasi Uji SEM	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Rekapitulasi

Lampiran 3 : Uji Normalitas

Lampiran 4 : *Mahalanobis Distance*

Lampiran 5 : Uji CFA

Lampiran 6 : Uji *STRUCTURAL FULL MODEL*

Lampiran 7 : Uji Reliabilitas

**INFLUENCE BRAND LOYALTY AND BRAND TRUST ON FUTURE
PURCHASE INTENTION THROUGH MEDIATION PERSONAL
RECIPROCITY BLACKBERRY USERS IN SURABAYA**

ABSTRACT

According to data from Drippler.com, aggregator news about gadgets, about 75 percent of Blackberry users want to switch to other smart phones such as Android or Apple, while the remaining 25 percent are planning to upgrade to another Blackberry. The data comes from a million users Drippler. Dripplers data comes from information about what type of smart phone use and mobile phones what they want later. It is not known exactly what the background motif Blackberry users will move to another platform.

In this study, I examined the mediating role of personal reciprocity in the relationship of brand loyalty and brand trust with the future purchase intentions. Sampling in this study using non-random sampling method that does not consider the type of sampling opportunities and techniques used in this study sample was judgmental technique. Data 102 Blackberry mobile phone users in Surabaya revealed affects brand loyalty and trust intentions Blackberry users to a brand not necessarily have future purchase intentions in Surabaya. However, customers who believe in a brand having a good personal reciprocity and otherwise loyal customers who do not necessarily have a good personal reciprocity.

Keyword : Brand Trust, Brand Loyalty, Personal Reciprocity