

**PENGARUH NAMA MEREK KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
KOPI MEREK TORABIKA
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh :

REZA SONNY HARSONO

2010210637

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH NAMA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGAN
KOPI MEREK TORABIKA
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

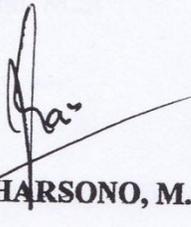
REZA SONNY HARSONO

NIM : 2010210637

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :19-8-2015'.....



(Dr. Drs. SONI HARSONO, M.si)

SKRIPSI

**PENGARUH NAMA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGAN
KOPI MEREK TORABIKA
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

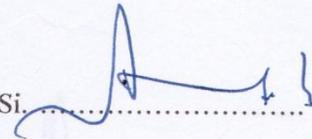
REZA SONNY HARSONO
NIM : 2010210637

Dipertahankan di depan tim penguji
Dan dinyatakan lulus ujian skripsi
Pada tanggal 24 agustus 2015

Tim penguji

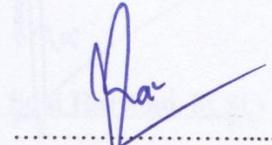
Ketua

: Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si.



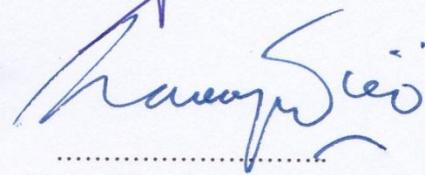
Sekretaris

: Dr. Drs. Soni Harsono. M.Si



Anggota

: Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si.

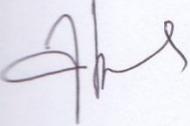


PENGESAHAN SKRIPSI

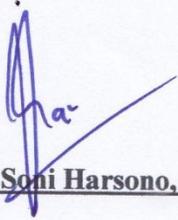
nama : Reza Sonny Harsono
tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 28 Mei 1992
NIM : 2010210637
jurusan : Manajemen
program Pendidikan : Strata 1
konsentrasi : Manajemen Pemasaran
judul : Pengaruh Nama Merek, Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Merek Torabika Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

kepala program Sarjana Manajemen,
tanggal : 30 - Oktober 2015


(Muazaroh, S.E., M.T.)

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 30 Oktober 2015


(Dr. Drs. Sonni Harsono, M.Si.)

MOTTO

TIADA DOA YANG PALING INDAH
SELAIN DOA AGAR SKRIPSI INI CEPAT
SELESAI

DAN

SAYA DATANG, SAYA BIMBINGAN, SAYA
UJIAN, SAYA REVISI, DAN AKHIRNYA
MENANG

PERSEMBAHAN

Saya ucapkan terima kasih kepada

1. Terima kasih kepada Allah Swt yang telah memberikan kesehatan, kemudahan serta kelancaran saya dalam menempuh studi sampai Skripsi ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada Kedua orang tuaku, Bpk ibu yang selalu mendoakan dan memotivasi sampai lulus ujian skripsi, serta tidak kenal lelah dalam membiayai selama kuliah big thanks kedua orang tuaku damin dan sumini
3. Terima kasih kepada kakak saya donna adi dan danny eko saputro dalam mendoakan adik-adiknya selama menempuh studi serta adik saya deva rendi yang tidak hentinya menemani selama skripsi.
4. Terima kasih untuk temen seperjuangan shita, devi nuary, desiana, dimas, tyus danu, solly pradana kalian luar biasa tidak mengenal lelah, datang, bimbingan, ujian, revisi dan akhirnya kita menang
5. Ini yang terakhir salut buat si Aim cukka-cukka, mendot sukka silver, yang tidak ada hentinya membuat suasana menjadi happy, thanks teman TRIP.
Terima kasih banyak
6. Buat geng abc terima kasih banyak, adelia eka suryani, ida cocor, nuraini anggung, nara setya, yang tidak hentinya menemani saat skripsi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “ Pengaruh Nama Merek Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Merek Torabika di Surabaya”. SKRIPSI ini disusun guna memenuhi syarat Skripsi jurusan manajemen konsentrasi Pemasaran di STIE Perbanas Surabaya.

Penyelesaian Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak untuk itu penulis banyak mengucapkan terima kasih yang banyak kepada:

1. Bapak Lutfi, SE.,M.Fin selaku ketua STIE Perbanas
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE.,M.T selaku ketua program sarjana manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Dr. Drs. Soni Harsono, M.si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini
4. Bapak dan ibu dosen bersama civitas akademik STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik dan membimbing penulis menempuh kuliah di STIE Perbanas. Surabaya.

Surabaya, 10 Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	16
2.3 Hubungan Variabel	22
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
2.5 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Rancangan penelitian	25
3.2 Batasan Penelitian	26
3.3 Identifikasi Variabel.....	26
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	26
3.5 Instrumen Penelitian	30
3.6 Populasi, Sampel dan teknik pengambilan sampel	32
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.8 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrument Penelitian.....	35
3.9 Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	44
4.1 Gambar Subyek Penelitian.....	44
4.2 Analisis Data	47
4.3 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Top brand Index	6
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian	15
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Kuesioner	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5	Interval Kelas	48
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Nama Merek	49
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Merek	50
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	52
Tabel 4.9	Uji Validitas Sampel Kecil Nama Merek	54
Tabel 4.10	Uji Validitas Sampel Besar Nama Merek	55
Tabel 4.11	Uji Validitas Sampel Kecil Kepercayaan Merek	55
Tabel 4.12	Uji Validitas Sampel Besar Kepercayaan Merek	56
Tabel 4.13	Uji Validitas Sampel Kecil Loyalitas Merek	56
Tabel 4.14	Uji Validitas Sampel Besar Loyalitas Merek	57
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas Sampel Kecil	57
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas Sampel Besar	58
Tabel 4.17	Uji Normalitas	58
Tabel 4.18	Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.19	Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.20	Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4.21	Uji F	62
Tabel 4.22	Uji t	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi

Lampiran 3 : Frekuensi

Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Analisis Statistik

**THE INFLUENCE OF THE BRAND NAME BRAND TRUST
ON CUSTOMER LOYALTY TORABIKA
COFFEE BRAND IN SURABAYA**

*Reza Sonny Harsono
Students of Faculty Economic, Marketing Management
STIE Perbanas Surabaya*

ABSTRACT

Technology and information development in the era of globalization increasingly sophisticate and a long with it. Industry world in Indonesia has developed. The development of tree trade making enterprice Indonesia companies, mainly coffe company is facing increasingly fierce competition in determining of marketing strategies to get successful. Therefore the companies are required to always be able to create, maintain and increase the customer trusted of the offered products, the purpose of this research is to determine wheter there is influence between brand name, Brand Trust, to customer Loyalty Torabika coffee brand in Surabaya. Sampel in the research were 100 respondents from the coffe customer s who has aged 19 years and had bought Torabikacoffe brand in the last 3 months, The sampling technique is using purposive sampling method. The type of data used are primary data and multiple regression analysis. The result showed that. Brand name significantly influence brand coffee brand loyalty Torabika in Surabaya. And Brand Trust not significant effect on brand loyalty brand coffeTorabika in Surabaya. Suggestion can be submitted is the quality of the products offered by producers Torabika better able to establish confidence in the brand.

Keywords : Brand Name, Brand Trust, Brand Loyalty.