

**ANALISIS MEREK PERUSAHAAN DAN KONSUMSI STATUS
TERHADAP KESETIAAN KONSUMEN PRODUK J.CO DAN
DUNKIN' DONUTS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



ANASTA ENSENANDA WULANSARI

1101001033

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2014

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Anasta Ensenanda Wulansari

NIM : 1101001033

Tanda Tangan :

Tanggal : Juli 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Anasta Ensenanda Wulansari
NIM : 1101001033
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Merek Perusahaan dan Konsumsi
Status terhadap Kesetiaan Konsumen Produk
J.Co dan Dunkin' Donuts

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar **Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. (.....)
Penguji : Muchsin Saggaiff Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D. (.....)
Penguji : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D. (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Juli 2014

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul Analisis Merek Perusahaan dan Konsumsi Status terhadap Kesetiaan Konsumen Produk J.Co dan Dunkin' Donuts. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini, sangat membantu penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dominica A. Widyastuti S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang selalu menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Muchsin S. Shihab, Ph.D., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan yang baik bagi penelitian ini.
3. Ibu Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan bagi penelitian ini.
4. Bapak dan Ibu dosen Universitas Bakrie yang selalu memberikan ilmu yang bermanfaat.
5. Seluruh karyawan Universitas Bakrie yang selalu membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Shelly Lawria, Sridhani L. Pamungkas, Prettylia Arditha dan Jimmy Alfa sebagai sahabat yang selalu membantu dan mendukung penulis.
7. Teman-teman Program Studi Manajemen Universitas Bakrie angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat.
8. Ayahanda Agus Rudi Siswantoro, dan Ibunda Nur Hanifah yang selalu mendoakan dan menyemangati.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini dapat membawa kemanfaatan baik manfaat keilmuan maupun manfaat praktis bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2014

Anasta Ensenanda Wulansari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anasta Ensenanda Wulansari

NIM : 1101001033

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS MEREK PERUSAHAAN DAN KONSUMSI STATUS TERHADAP KESETIAAN KONSUMEN PRODUK J.CO DAN DUNKIN' DONUTS

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Juli 2014

Yang Menyatakan,

(Anasta Ensenanda Wulansari)

ANALISIS MEREK PERUSAHAAN DAN KONSUMSI STATUS TERHADAP KESETIAAN KONSUMEN PRODUK J.CO DAN DUNKIN' DONUTS

Anasta Ensenanda Wulansari¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh merek perusahaan dan konsumsi status terhadap kesetiaan konsumen produk J.Co dan Dunkin' Donuts. Data diperoleh dengan cara *self-administered survey*. Responden diambil di lima pusat keramaian (Plaza Festival, Mall Ambassador, Mall Kuningan City, Stasiun Gambir dan Universitas Bakrie). Kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan konsumen J.Co dan Dunkin' Donuts. Total 150 konsumen diambil sebagai responden. Data penelitian yang terkumpul dianalisis menggunakan metode *multivariate analysis* termasuk uji reliabilitas, uji validitas, analisis faktor, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji keragaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan nilai rata-rata yang signifikan pada tiap variabel terhadap J.Co dan Dunkin' Donuts. Terdapat pengaruh positif variabel merek perusahaan terhadap kesetiaan konsumen produk J.Co dan Dunkin' Donuts. Namun, variabel konsumsi status tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap kesetiaan konsumen produk J.Co dan Dunkin' Donuts. Secara simultan, variabel merek perusahaan dan konsumsi status mempengaruhi kesetiaan konsumen produk J.Co dan Dunkin' Donuts.

Kata Kunci: Merek perusahaan, konsumsi status, kesetiaan konsumen.

¹Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**THE EFFECTS OF CORPORATE BRAND AND STATUS CONSUMPTION
TOWARDS CONSUMER LOYALTY OF J.CO AND DUNKIN' DONUTS'
PRODUCTS**

Anasta Ensenanda Wulansari¹

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of corporate brand and status consumption towards consumer loyalty of J.Co and Dunkin' Donuts' products. The data were collected through self-administered survey. Respondents were taken from five commercial centers (Plaza Festival, Mall Ambassador, Kuningan City Mall, Gambir Station and Bakrie University). The questionnaires were spread out for the consumers of J.Co and Dunkin' Donuts. A total of 150 respondents were obtained. Collected data were analyzed using multivariate analysis methods including reliability analysis, validity analysis, data reduction analysis, normality analysis, analysis of variance and independent samples t-test. The results of this research indicate that there is no significant means difference between the variables of J.Co and Dunkin' Donuts. Corporate branding effecting consumer loyalty of J.Co and Dunkin' Donuts' products. However, status consumption does not show any effect on consumer loyalty of J.Co and Dunkin' Donuts' products. Simultaneously, corporate branding and status consumption affecting consumer loyalty of J.Co and Dunkin' Donuts' products.

Keywords: Corporate brand, status consumption, consumer loyalty.

¹Student of Universitas Bakrie, Management Major

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB 1. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Tujuan Penelitian	5
1.6 Manfaat Penelitian	6
1.6.1 Aspek Keilmuan.....	6
1.6.2 Aspek Praktis	6
 BAB 2. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS.....	 7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Kesetiaan Konsumen.....	7
2.1.2 Merek Perusahaan	9
2.1.3 Konsumsi Status.....	13
2.1.4 Merek Global vs. Merek Lokal	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Profil Perusahaan	19
2.3.1 Dunkin' Donuts.....	19
2.3.2 J.Co Donuts and Cofee.....	21
2.4 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	22

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Populasi dan Sampel	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.5 Metode Analisis Data.....	27
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.6.3 Analisis Faktor	28
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.5 Uji Statistik	29
3.6.6 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.6.7 Uji Keragaman	30
3.6.8 Skala Pengukuran.....	30
 BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 31
4.1 Karakteristik Responden	31
4.2 Operasionalisasi Alat Ukur	32
4.2.1 Uji Validitas	32
4.2.2 Uji Reliabilitas	36
4.3 Analisis Faktor	38
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas	45
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5 Hasil Uji Hipotesis	47
4.4.1 t-Test (Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial)	48
4.4.2 F-Test (Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan)	49
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.7 Uji Keragaman	49

4.8 Hasil Pembahasan	50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran dalam Aspek Keilmuan.....	54
5.2.2 Saran dalam Aspek Praktis	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Dimensi Merek Perusahaan.....	13
Tabel 2.2	Item Pernyataan Konsumsi Status.....	15
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	25
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	30
Tabel 4.1	Analisis Karakteristik Responden	32
Tabel 4.2	Uji Validitas <i>Pretest</i> Pertama Indikator Variabel.....	33
Tabel 4.3	Uji Validitas <i>Pretest</i> Kedua Indikator Variabel	35
Tabel 4.4	Uji Validitas Indikator Variabel.....	36
Tabel 4.5	Reliabilitas Variabel Penelitian.....	37
Tabel 4.6	Analisis Faktor Merek Perusahaan	40
Tabel 4.7	Analisis Faktor Konsumsi Status	42
Tabel 4.8	Analisis Faktor Terikat.....	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	44
Tabel 4.10	Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.11	Uji Hipotesis dan Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.12	Uji Keragaman Berdasarkan Merek	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	22
Gambar 4.1	Grafik P-P Plot Uji Normalitas	45
Gambar 4.2	Histogram Uji Normalitas	45
Gambar 4.3	Scatterplot Uji Heterokedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2. Hasil Pengolahan SPSS	69