

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN ATRIBUT PRODUK  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SEPATU  
REEBOK ( Survei pada pengunjung sarana olahraga Stadion Utama Gelora  
Bung Karno, Jakarta )**

**AERO FEBI SUBANDIE  
8215067751**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar  
Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2013**

**THE INFLUENCE OF BRAND TRUST AND PRODUCT ATTRIBUTES  
TOWARDS CUSTOMER LOYALTY IN SHOES REEBOK PRODUCTS  
(Survey on visitors sporting facilities Bung Karno Main Stadium, Jakarta)**

**AERO FEBI SUBANDIE  
8215067751**



**Skripsi is written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2013**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

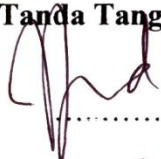

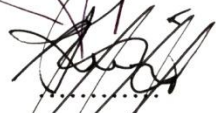


### Penanggung Jawab

### Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agung Wahyu Handaru, ST, MM</u> NIP: 19781127 200604 1 001	Ketua		22. 07. 2013
2. <u>Agung Kresnamurti RP, ST, MM</u> NIP: 19740416 200604 1 001	Sekretaris		22. 07. 2013
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP: 19720627 200604 1 001	Penguji Ahli		25. 07. 2013
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP: 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		22. 07. 2013
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP: 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		22. 07. 2013

Tanggal Lulus:



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2013

Yang membuat pernyataan

  
  
**Aero Febi Subandie**  
No.Reg. 8215067751

## ABSTRAK

***Aero Febi Subandie, 2012: Pengaruh Kepercayaan merek dan Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk sepatu Reebok (Survei Pada Pengunjung Sarana Olahraga Gelora Utama Bung Karno). Tim pembimbing : Setyo Ferry Wibowo, SE, MM, Dra. Basrah Saidani M.Si.***

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah :1) mendapatkan deskripsi tentang kepercayaan merek, atribut produk dan loyalitas pelanggan pada produk sepatu Reebok. 2) mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan produk sepatu olahraga Reebok. 3) mengetahui pengaruh atribut produk terhadap loyalitas pelanggan produk sepatu olahraga Reebok, 4) mengetahui pengaruh kepercayaan merek dan atribut produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk sepatu olahraga Reebok. Unit observasi adalah 100 responden yang merupakan pengunjung sarana olahraga Gelora Bung Karno. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Sedangkan bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS 16. Hasil analisis deskriptif menunjukkan :1) Kepercayaan merek yang dilakukan oleh Reebok sudah baik, namun masih ada beberapa item yang kurang pada dimensi *fiability* dan *intentionality*, 2) Atribut produk sudah baik, di dominasi oleh dimesi kualitas produk dan *desain* produk. 3) Loyalitas pelanggan menyatakan kesediaannya untuk membeli kembali produk sepatu Reebok maupun produk lainnya dan kesediaan untuk merekomendasikan produk Reebok kepada orang lain. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan :1) kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, 2) Atribut produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, 3) kepercayaan merek dan atribut produk secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : Kepercayaan merek, Atribut produk, Loyalitas pelanggan produk sepatu olahraga Reebok

## **ABSTRACT**

***Aero Febi Subandie, 2012: The Influence of Brand Trust and Product Attribute toward Customer Loyalty in Reebok shoes product (Survey at Gelora Bung Karno Sports Center's Visitors). Advisor : Setyo Ferry Wibowo, SE, MM, Dra. Basrah Saidani M.Si.***

*The purposes of this study are :1) To describe Brand Trust, Product Attribute, and Customer Loyalty in Reebok Shoes product. 2) To know the influence of brand Trust toward customer loyalty Reebok shoes product. 3) To know the influence of product attribute toward customer loyalty Reebok shoes product, 4) To know the influence of both variable brand trust and product attribute toward customer loyalty toward customer loyalty together. The number of population in this research are 100 respondents. The technic method sampling in this study is nonprobability sampling which is purposive sampling. This study was carry out quantitatively, descriptive designed and Causal research, the research method is survey method. The Analisis was conducted using SPSS 20. The result of descriptive anilysis shows:1) Brand trust in Reebok was good, but there is several item that still not good enough in fiability dimention and intentionality, 2) Reebok's product attribute was good, dominated by product quality dimention and product design dimention. 3) Customer Loyalty of Reebok was good, customers have said to repurchase Reebok shoes nor other Reebok's product and have willingness to recomend reebok's product to others. The result of Hypothesis test shows :1) Brand trust significantly influenced customer loyalty, 2) Product Attribute influenced Customer Loyalty, 3) Brand trust and product attribute influenced customer loyalty together.*

*Keywords: Brand trust, Product Attribute, Customer Loyalty Reebok's shoes product*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Berkat bimbingan dan saran dari dosen pembimbing dan pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo F Wibowo, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar dan teliti untuk membimbing peneliti dalam penulisan skripsi selama ini. Dukungan dan arahan yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

3. Bapak Dr. Mohamad. Rizan, SE, MM. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM. selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Dr. Hamidah , SE, M.SI, selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Bapak Dr. Oman Unju Subandi S.pd dan Ibu Dra. Ade Ratningsih selaku orang tua penulis. Sepriadi Subandie dan Adi Ramdha Subandie selaku adik peneliti, serta seluruh keluarga peneliti yang tidak bisa peneliti sebut satu – persatu yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Para dosen dan seluruh karyawan /staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.
9. Sahabat-sahabat dekat peneliti, Tino, Raga, Ishal, Satrio, Anggita, Kristian Dimas yang sama seperti peneliti untuk berjuang menyelesaikan skripsinya. Lalu seluruh teman–teman dari S1 Manajemen angkatan 2006,



angkatan 2007 dan angkatan 2008 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Juli 2013

Peneliti