

Skripsi

**PENGARUH PERLUASAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP LOYALITAS MEREK**

Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang
Menggunakan Produk Kecantikan Merek Pond's

Oleh :

Dofvy Indrasintha

NIM: 092214023

Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Drs. Alex Kahu Lantum, M.S.

Tanggal : 15 Juni 2013

Pembimbing II



Dra. Yuliana Rini Hardanti, M.Si.

Tanggal : 30 Juli 2013

ABSTRAK

**PENGARUH PERLUASAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS
TERHADAP LOYALITAS MEREK**

Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang
Menggunakan Produk Kecantikan Merek Pond's

Defvy Indrasintha
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apakah perluasan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek; (2) apakah persepsi kualitas berpengaruh terhadap loyalitas merek; (3) apakah perluasan merek dan persepsi kualitas berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas merek. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma yang menggunakan produk kecantikan perawatan diri merek Pond's. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka yang dilakukan pada bulan Maret 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang menggunakan produk kecantikan perawatan diri merek Pond's. Sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan software SPSS. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1) variabel perluasan merek berpengaruh terhadap loyalitas merek produk kecantikan perawatan diri merek Pond's; (2) variabel persepsi kualitas berpengaruh terhadap loyalitas merek produk kecantikan perawatan diri merek Pond's; (3) variabel perluasan merek dan persepsi kualitas secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas merek produk kecantikan perawatan diri merek Pond's.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF BRAND EXTENSION AND PERCEIVED
QUALITY TOWARDS BRAND LOYALTY**

Case Study at Students of Faculty of Economics, Sanata Dharma University Using
Pond's Beauty Products

Defvy Indrasintha
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2013

This research aims to know the: (1) whether the extension of the brand influence brand loyalty; (2) whether the perception of quality influence on brand loyalty; (3) whether the extension of the brand and the perception of the quality simultaneously influence brand loyalty. The type of research used in this research is a case study on students of the Faculty of Economics, Sanata Dharma University who used Pond's beauty personal care product. Data collection techniques in the study are library studies and questionnaires conducted in March 2013. The population in this research is the all students of Sanata Dharma University who used Pond's beauty personal care product. The sample in this research are determined as many as 90 respondents. Sampling techniques in the study was the accidental sampling. Data analysis technique used was multiple linear regression using SPSS software. Data analysis results showed that: (1) brand extension influenced the brand loyalty of Pond's beauty personal care product; (2) perceptions of quality influenced the brand loyalty of Pond's beauty personal care product; (3) brand extension and perception of quality simultaneously influenced the brand loyalty of Pond's beauty personal care product.