

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN KOPI KULO (SURVEY PADA KONSUMEN KOPI KULO DI JAKARTA)

ADITYA KUKUH SEJATI

1702519002



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

Karya Ilmiah Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapat Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON REPURCHASE INTENTION OF KOPI KULO CUSTOMERS (SURVEY ON KULO COFFEE CONSUMERS IN JAKARTA)

ADITYA KUKUH SEJATI

1702519002



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

This Scientific Paper Report arranged to meet one of the requirements to get the title of the Experts Associate at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Aditya Kukuh Sejati. 2022. 1702519002. Pengaruh Citra Merek Terhadap Repurchase Intention Pada pelanggan Kopi Kulo (Survei pada konsumen Kopi Kulo di Jakarta). Program Studi DIII Manajemen pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Deskripsi tentang citra merek. 2) Deskripsi tentang *repurchase intention*. 3) Pengaruh citra merek terhadap *repurchase intention* pelanggan Kopi Kulo di Jakarta. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Sampel yang diambil sebanyak 120 Responden yang merupakan konsumen Kopi Kulo yang berada di wilayah Jakarta. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS 25 untuk mengolah data hasil penelitian.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa adanya pengaruh variabel citra merek terhadap *repurchase intention* pelanggan Kopi Kulo di Jakarta, dengan hasil sig. $0,000 < 0,05$ atau dikurang dari 0,05 dengan hasil ke arah positif. hasil koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,706.

Kata Kunci: Citra Merek, *Repurchase Intention*, Kopi Kulo

ABSTRACT

Aditya Kukuh Sejati. 2022. 1702519002. The Effect of Brand Image on Repurchase Intention of Kopi Kulo customers (Survey of Kopi Kulo consumers in Jakarta). DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This scientific work aims to find out: 1) Description of brand image. 2) Description of the repurchase intention 3) The effect of brand image on repurchase intention of Kopi Kulo consumers in Jakarta. The data collection method in this research is using a survey by distributing online questionnaires. Samples were taken as many as 120 respondents who are consumers of Kopi Kulo in the Jakarta area. The data analysis method used descriptive analysis and simple linear regression analysis using SPSS 25 to process the research data.

The results of this study can be seen that the influence of brand image variables on repurchase intention of Kopi Kulo customers in Jakarta, with the results of sig. $0.000 < 0.05$ or less than 0.05 with a positive result. the result of the coefficient of determination (R Square) is 0.706.

Keywords: Brand Image, Repurchase Intention, Kopi Kulo

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.
NIP/NIDK : 197404162006041001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Aditya Kukuh Sejati
No. Registrasi : 1702519002
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Judul Karya Ilmiah : "Pengaruh Citra Merek terhadap *Repurchase Intention* pelanggan Kopi Kulo (survei pada konsumen Kopi Kulo di Jakarta)"

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 29 Juli 2022

Mengetahui,
Koord. Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 196206231990032001

Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.
NIP/NIDK. 197404162006041001

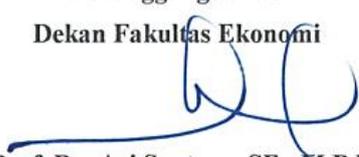
Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

PenanggungJawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP.196206231990032001 (Ketua Penguji)	 	19 Agustus 2022
2	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M.</u> NIDN. 0002038107 (Penguji Ahli)	 	19 Agustus 2022
3	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Pembimbing)		22 Agustus 2022

Nama : Aditya Kukuh Sejati
No. Registrasi : 1702519002
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

LEMBAR ORISINILITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aditya Kukuh Sejati

NIM : 1702519002

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2019

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PELANGGAN KOPI KULO (*SURVEY* PADA KONSUMEN KOPI KULO DI JAKARTA)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya saat ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 16 Agustus 2022



Aditya Kukuh Sejati

NIM. 1702519002

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur selalu penulis panjatkan karena adanya Tuhan, Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan persiapan karya ilmiah berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap *Repurchase Intention*” pada pelanggan Kopi Kulo (Survei pada pelanggan Kopi Kulo di Jakarta).

Karya ilmiah ini ditulis sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam pelaksanaan penyusunan Karya Ilmiah, penulis mendapatkan banyak manfaat dari segi akademik maupun pengalaman yang tidak dapat penulis temukan saat berada diperkuliahan. Dalam penyelesaian karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan oleh banyak pihak yang memberikan saran dan masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M. selaku Dosen Pembimbing Karya Ilmiah yang selalu meluangkan waktunya dalam memberikan arahan, dukungan dan masukan kepada penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan do'a sehingga penulis semangat dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
5. Kakak tingkat yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
6. Teman-teman mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran 2019 yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
7. Rekan-rekan lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu kepada penulis yang telah memberikan arahan dan masukan untuk penyusunan Karya Ilmiah ini.

Penulis menyadari dalam penulisan Karya Ilmiah masih banyak kekurangan baik dari segi materi ataupun teknik penyajian. Untuk itu penulis mohon maaf atas kesalahan dalam penulisan Karya Ilmiah ini. Penulis juga mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta 20 Juli 2022

Aditya Kukuh Sejati

1702519002