

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN KOPI DI JAKARTA  
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING***

**ERVINA KUSUMA WARDANI**

**1707618026**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST ON  
CUSTOMER LOYALTY IN COFFEE CUSTOMERS IN JAKARTA  
WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE***

**ERVINA KUSUMA WARDANI**

**1707618026**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This thesis is prepared as one of the requirements of obtaining a Bachelor of  
Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2023**

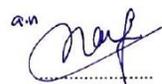
## LEMBAR PENGESAHAN

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



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

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Penguji)		8 Desember 2022 .....
2	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Penguji Ahli 1)		8 Desember 2022 .....
3	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP. 198507232010121002 (Penguji Ahli 2)		5 Desember 2022 .....
4	Ika Febrilia, SE, MM NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		5 Desember 2022 .....
5	Rahmi, SE, M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		5 Desember 2022 .....

Nama : Ervina Kusuma Wardani  
No. Registrasi : 1707618026  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 17 November 2022

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

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 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 sanksilainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, November 2022

Yang membuat pernyataan,



**Ervina Kusuma Wardani**

NIM. 1707618026

## ABSTRAK

**ERVINA KUSUMA WARDANI.** Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan Kopi di Jakarta dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*. Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Konsumsi kopi di dalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan, yaitu sekitar 6%-8% per tahun. Akibatnya membuat kedai kopi menjamur di Indonesia, salah satu yang paling banyak diminati ialah Kopi Kenangan. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pelanggan dengan umur 17-40 tahun yang mengkonsumsi Kopi Kenangan di Jakarta. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan total 210 responden yang diperoleh. Adapun pengolahan data dilakukan menggunakan SEM atau *Structural Equation Modelling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* memengaruhi *customer satisfaction*, *brand trust* memengaruhi *customer satisfaction*, *brand image* memengaruhi *customer loyalty*, *brand trust* memengaruhi *customer loyalty*, *customer satisfaction* memengaruhi *customer loyalty*. *Brand image* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* dan *brand trust* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

Kata kunci: *brand image*, *brand trust*, *customer loyalty*, *customer satisfaction*, pelanggan kopi.

## ABSTRACT

**ERVINA KUSUMA WARDANI.** *The Effect of Brand Image and Brand Trust on Customer Loyalty in Coffee Customers in Jakarta with Customer Satisfaction as Intervening Variable.* Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2022. Jakarta: Study Program of Business Education, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2022.

Domestic coffee consumption has increased significantly, which is around 6%-8% per year. As a result, coffee shops mushroomed in Indonesia, one of the most popular is Kopi Kenangan. This study aims to examine the effect of brand image and brand trust on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable for customers aged 17-40 years who consume Kopi Kenangan in Jakarta. In this study, the sampling technique used purposive sampling with a total of 210 respondents obtained. The data processing is done using SEM or Structural Equation Modeling. The results show that brand image affects customer satisfaction, brand trust affects customer satisfaction, brand image affects customer loyalty, brand trust affects customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty significant Brand image influence on customer loyalty with customer satisfaction as the intervening variable and brand trust influence on customer loyalty with customer satisfaction as the intervening variable.

*Keywords: brand image, brand trust, customer loyalty, customer satisfaction, coffee customers.*

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah S.W.T atas Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata pada Program Studi Pendidikan Bisnis dengan skripsi sebagai tugas akhir. Penulis sangat bersyukur dapat menyelesaikan skripsi ini di waktu yang tepat. Oleh karena itu skripsi ini penulis persembahkan untuk diri sendiri yang tidak menyerah selama masa pendidikan hingga penyusunan skripsi. Penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada Ibu, Bapak, dan Adik penulis yang selalu membuat penulis termotivasi dan selalu memberikan kasih sayang, selalu mendoakan penulis, selalu menasehati penulis menjadi lebih baik. Selanjutnya penulis mempersembahkan skripsi ini kepada Ibu Ika Febrilia dan Ibu Rahmi yang senantiasa membimbing penulis dengan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi.

Tidak lupa penulis juga mempersembahkan skripsi ini kepada seluruh pihak yang membantu penulis dan selalu memberikan kasih sayang serta dukungan baik secara moril dan materil agar penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini sampai akhir. Kepada Nurul Azizeh, Safitri, Dea yang telah mendukung penulis pada keadaan apapun dan menjadi rekan untuk berbagi pikiran dalam menyelesaikan penelitian. Dan juga teman-teman penulis lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan studi.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Maha Suci Allah, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga dapat diberikan kesempatan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* terhadap *Customer Loyalty* pada Pelanggan Kopi di Jakarta dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening*” dengan segala kelancaran dan pada waktu yang tepat. Dalam menyelesaikan skripsi ini sendiri, tidak lupa juga penulis ingin menyampaikan apresiasi sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah melancarkan jalan penulis terkhususnya penulis sampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tua, Ibu dan Bapak yang selalu mendoakan untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan segala kegiatan penulis.
2. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ika Febrilia, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis terkait penyusunan skripsi.
5. Rahmi, SE., M.S.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis terkait penyusunan skripsi.

6. Teman-teman Pendidikan Bisnis A 2018 serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam berproses hingga skripsi ini selesai dibuat.

Penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam menyempurnakan lagi hasil pekerjaan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat digunakan dan bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, November 2022



Ervina Kusuma Wardani