

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEPUASAN PELANGGAN,  
DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
SMARTPHONE IPHONE DI BOGOR**

**GEMA AGUNG DAROJAT**

**8215145289**



Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI PEMASARAN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE INFLUENCE OF TRUST, CUSTOMER SATISFACTION,  
ANDBRAND IMAGEON CUSTOMER  
LOYALTYIPHONESMARTPHONE IN BOGOR***

**GEMA AGUNG DAROJAT**

**8215145289**



Skripsi is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**MANAGEMENT OVER THE STUDY PROGRAM  
MARKETING CONCENTRATION  
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017**

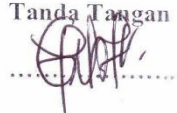

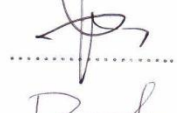
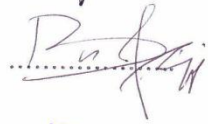

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Dedi Purwana, ES., M.Bus  
NIP: 19671207 199203 1001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si., M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		13-02-2017
2. <u>Andrian Haro, S.Si., MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Sekretaris		07-02-2017
3. <u>Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si</u> NIP. 19741221 200812 1 001	Penguji Ahli		08-02-2017
4. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing I		06-02-2017
5. <u>Rahmi, SE., M.S.M</u> NIDK. 8807100016	Pembimbing II		06-02-2017

Tanggal Lulus : 2017

## 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, Januari 2017

Yang membuat pernyataan



Gema Agung Darojat

No. Reg. 8215145289

## ABSTRAK

**Gema Agung Darajat, 2017; Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* iPhone Di Bogor. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen Alih Program, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *smartphone* iPhone di Bogor. (2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna *smartphone* iPhone di Bogor. (3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pengguna *smartphone* iPhone di Bogor. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna *smartphone* iPhone dengan kriteria yang melakukan pembelian dua kali atau pernah melakukan penggantian produk *smartphone* iPhone dan berlokasi di Bogor Botani Square. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi sederhana, dan alat analisis data menggunakan program SPSS versi 23. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan: (1) Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil dari uji yang dilakukan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,964 dengan signifikansi 0,004. (2) Kepuasan Pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil dari uji yang dilakukan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,687 dengan signifikansi 0,000. (3) Citra Merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Dari hasil dari uji yang dilakukan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,454 dengan signifikansi 0,000.

Kata kunci: kepercayaan, kepuasan pelanggan, citra merek, loyalitas pelanggan

## ABSTRACT

Gema Agung Darajat, 2017; *The Influence of Trust, Customer Satisfaction, and Brand Image on Customer Loyalty iPhone Smartphone in Bogor*. Skripsi, Jakarta: Marketing Management Concentration, Management Over the Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

*The purposes of this research are: (1) To notice the effect of trust on customer loyalty iPhone smartphone in Bogor. (2) To notice the effect of customer satisfaction on customer loyalty iPhone smartphone in Bogor. (3) To notice the effect of brand image on customer loyalty iPhone smartphone in Bogor. The samples of this research are the iPhone users who have bought and used the iPhone for more than one time and located in Bogor Botani Square. The number of sample in this research are 100 respondent. This research uses quantitative method with simple regression analysis technique, and a data analysis tool uses SPSS version 23. The results of examine hypothesis shows: (1) there is an effect of Trust on Customer Loyalty with significant value 0,0004 and  $t_{value} 2,964$ . (2) there is an effect between Customer Satisfaction on Customer Loyalty with significant value 0,0000 and  $t_{value} 7,687$ . (3) there is an effect between Brand Image on Customer Loyalty with significant value 0,0000 and  $t_{value} 8,454$ .*

*Keywords: Trust, Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan rasa syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas izin-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa peneliti sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan. Skripsi yang telah diselesaikan oleh peneliti ini berjudul: **Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* iPhone Di Bogor.** Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Rahmi, SE, M.S.M., selaku Dosen Pembimbing II.
3. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi (FE) UNJ.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen, FE UNJ.
5. Dr. Gatot Nazir Muhamad, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, FE UNJ.
6. Andi M Sadat, S.E, M.Si., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik untuk peneliti sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Andriani Haro, S.Si, M.M., selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik untuk peneliti sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.

8. Seluruh dosen FE UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
9. Kedua orangtua saya yang telah melimpahkan kasih sayang, semangat, doa, dan membantu selama proses perkuliahan.
10. Terima kasih juga kepada Adi, Jesika, dan teman-teman jurusan Manajemen alih program 2014 yang turut membantu penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti dengan senang hati menerima kritik membangun, saran, dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Januari 2017

Gema Agung Darojat