

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI KUALITAS
PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK (SURVEI PADA
PENGUNA SMARTPHONE ANDROID)**

RINGGA SELVIA

8215110119



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

**THE IMPACT OF BRAND IMAGE, PERCEIVED PRODUCT
QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, AND BRAND
TRUST TOWARD BRAND LOYALTY (SURVEY ON
ANDROID SMARTPHONE USERS)**

RINGGA SELVIA

8215110119



**Thesis is Written as One Of The Requirements For Getting Bachelor Degree
of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2015**

ABSTRAK

Ringga Selvia, 2015; Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei Pada Pengguna Smartphone Android), Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. & Usep Suhud, M.Si, Ph.D

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi variabel loyalitas merek serta melakukan pengujian pada variabel citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan kepercayaan merek. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Mall Cempaka Mas yang menggunakan smartphone Android. Total sampel pada penelitian ini berjumlah 200 orang. Pilot studi dilakukan kepada 50 orang responden. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS 21 dan AMOS 21. Hasil faktor analisis melaporkan terdapat lima variabel yaitu variabel citra merek dengan tiga dimensi dan sebelas indikator, variabel persepsi kualitas produk dengan tiga dimensi dan tiga belas indikator, variabel kepuasan pelanggan dengan dua dimensi dan sembilan indikator, variabel kepercayaan merek dengan dua dimensi dan sebelas indikator, variabel loyalitas merek dengan tiga dimensi dan tiga belas indikator. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum faktor determinan yang mempengaruhi loyalitas merek adalah variabel citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek. Variabel citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek, variabel persepsi kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas merek serta persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kemudian variabel kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Nilai fit model dengan P sebesar 0.050, nilai CMIN/DF sebesar 1.272, nilai CFI sebesar 0.973 dan nilai RMSEA sebesar 0.037. Hasil penelitian ini bermanfaat bagi sektor bisnis smartphone, untuk membuat strategi yang lebih baik dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas para pelanggannya.

Kata kunci : citra merek, persepsi kualitas produk, kepuasan pelanggan, kepercayaan merek, loyalitas merek

ABSTRACT

Ringga Selvia, 2015; The Impact of Brand Image, Perceived Product Quality, Customer Satisfaction and Brand Trust on Brand Loyalty (Survey on Android Smartphone Users). Thesis, Jakarta; Marketing Management, Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta. Advisory: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si & Usep Suhud, M.Si, Ph.D

The purpose of this study was to find the factors that affects brand loyalty and perform variable testing on brand image, perceived product quality, customer satisfaction, and brand trust. Methods of data collection using the survey method. The population in this study were visitor on Mall Cempaka Mas who use Android smartphone. The total sample was 200 people. Pilot studies were conducted to 50 respondent. The analytical tool used was SPSS 21 and AMOS 21. The results of the factor analysis reported there are five variables, the variable brand image with three dimensions and eleven indicators, the variable perceived product quality with three dimensions and threeteen indicators, the variable customer satisfaction with two dimensions and nine indicators, the variable brand trust with two dimensions and eleven indicators, the variable brand loyalty with three dimensions and threeteen indicators. The results of this study indicate that factors affecting the variable brand loyalty that is variable brand image and variable customer satisfaction has a positive effect and unsignificantly toward brand loyalty, variable perceived product quality has a negative effect and unsignificantly toward brand loyalty as well as perceived product quality has a positive effect and significantly toward customer satisfaction, variable brand trust has a positive effect and significantly toward brand loyalty. Fit model value with P of 0.050, CMIN/DF of 1.272, CFI of 0.973, and RMSEA of 0.037. The results of this study useful for the business sector smartphones, to make a better strategy in increasing and retaining loyalty of customers.

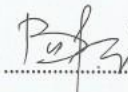
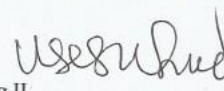
Keywords : brand image, perceived product quality, customer satisfaction, brand trust, brand loyalty.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19571207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> Ketua NIP. 19720506 200604 1 002			31/7 ¹⁵
2. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> Sekretaris NIP. 19630119 199203 2 001			31/7 ¹⁵
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> Penguji Ahli NIP. 19720617 199903 1 001			31/7 ¹⁵
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> Pembimbing NIP. 19720627 200604 1 001			31/7 ¹⁵
5. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> Pembimbing II NIP. 19720212 200812 1 001			31/7 ¹⁵

Tanggal Lulus : 29 Juli 2015

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 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 2015
Yang membuat pernyataan



Ringga Selvia
No.Reg : 8215110119

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran 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 Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Usep Suhud, Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad Rizan, SE, MM. Dan Ibu Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Hamidah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak Dr. Gatot Nazir Ahmad S.Si, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

6. 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.
7. Kedua orang tua peneliti Bapak Indra Kot dan Ibu Suarni, serta adik Ria Evanti yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Keluarga diperantauan yaitu semua anggota Keluarga Mahasiswa Minangkabau Universitas Negeri Jakarta (KMM UNJ) yang selalu memberikan semangat, motivasi dan bantuan kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
9. Para Sahabat yaitu Fadhil Rakasiwi M.J, Mutya Akmala, Fitria Rahmila Sari, uda Roki Arbi, uda Ale dan Zecky yang selalu mendoakan dan menghibur peneliti ketika peneliti menghadapi hambatan dalam proses penulisan skripsi ini.
10. Teman seperjuangan skripsi yaitu Syariah, Andrianto Prasetya, Atikah Kusumaningtyas dan Andari Olga Julia yang sama-sama berjuang dalam penulisan skripsi. Saling memotivasi dan berbagi informasi sangat membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman jurusan Manajemen Angkatan 2011 khususnya Manajemen Reguler A 2011 yang saling memberikan dukungan kepada peneliti.

12. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan rasa terimakasih peneliti atas kebaikan yang telah Anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Juli 2015

Ringga Selvia