

**PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP TERHADAP  
MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN COCA COLA  
(Survei Pada Konsumen Minuman Berkarbonasi Merek Coca Cola  
Di Seven Eleven Kelapa Gading Jakarta Utara)**

**AchmalJunmiadi  
8215088059**



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND ATTITUDE  
TOWARDS BRAND TO CONSUMER LOYALTY OF COCA  
COLA**

**(Survey of Consumer Brand Carbonated Beverages Coca Cola In  
Seven Eleven KelapaGading North Jakarta)**

**AchmalJunmiadi  
8215088059**



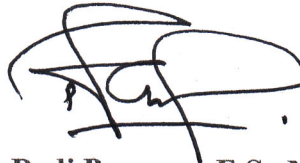
**This Thesis is Written as Part of Bachelor Degree in Economics  
Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2014**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

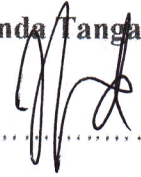


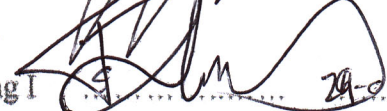
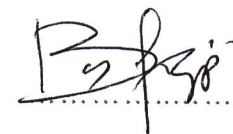
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Agung Wahyu Handaru, ST., MM</u> NIP. 197811272006041001	Ketua		29-01-2019
2. <u>Usep Suhud, M.Si., Ph.D</u> NIP. 197002122008121001	Sekretaris		29-01-2019
3. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE., MM</u> NIP. 197206272006041001	Penguji Ahli		29-01-2019
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		29-01-2019
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 196301191992032001	Pembimbing II		29-01-2019

Tanggal Lulus: 29-01-2019

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang 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, 24 Januari 2014

yang membuat pernyataan

Materai Rp. 6.000,00.



Achmal Junmiadi

8215088059

## ABSTRAK

**Achmal Junmiadi, 2014; Pengaruh Citra Merek dan Sikap Terhadap Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Coca Cola Survei Pada Konsumen Minuman Berkarbonasi Merek Coca Cola Di Seven Eleven Jakarta Utara. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. & Dra. Basrah Saidani, SE., M.Si.**

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui deskripsi mengenai citra merek, sikap terhadap merek, dan loyalitas konsumen minuman berkarbonasi merek Coca Cola. 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen minuman berkarbonasi Coca Cola. 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh sikap terhadap merek terhadap loyalitas konsumen minuman Coca Cola. 4) Untuk menguji secara empiris pengaruh citra merek, sikap terhadap merek secara bersamaan terhadap loyalitas konsumen minuman berkarbonasi merek Coca Cola. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kausal. Penelitian dilakukan terhadap 100 konsumen minuman berkarbonasi merek Coca Cola yang berada di Seven Eleven Kelapa Gading Jakarta Utara, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 17. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kemudian sikap terhadap merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Lalu secara bersama-sama atau simultan, citra merek dan sikap terhadap merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas konsumen, Perusahaan minuman berkarbonasi merek Coca Cola perlu memperhatikan faktor-faktor seperti citra merek dan sikap terhadap merek karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen minuman berkarbonasi merek Coca Cola.

Kata kunci: Citra Merek, Sikap Terhadap Merek, Loyalitas Konsumen

## ABSTRACT

**Achmal Junmiadi, 2014; *The Effect of Brand Image and Attitude Toward Brand To Consumer Loyalty Of Coca Cola. Survey of Consumer Brand Carbonated Beverages of Coca Cola in Seven Eleven Kelapa Gading North Jakarta. Undergraduate Thesis: Jakarta, Concentration of Marketing Management, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. & Dra. Basrah Saidani, SE., M.Si***

The purpose of this study is : 1 ) Knowing description of the brand image , attitude toward the brand , and customer loyalty Coca Cola brand carbonated beverages . 2 ) To examine empirically the effect of brand image on consumer loyalty Coca Cola carbonated drinks . 3 ) To examine empirically the effect of attitudes on consumer loyalty to the brand Coca Cola . 4 ) To examine empirically the effect of brand image , attitude toward the brand loyalty of consumers simultaneously against Coca Cola brand carbonated beverages . The analysis conducted in this research is descriptive and causal analysis . The study was conducted on 100 consumers of Coca Cola brand carbonated drinks that are in Seven Eleven Kelapa Gading , North Jakarta , while the technique of data collection is done by distributing questionnaires , which are then processed using SPSS 17. The analysis revealed that brand image has positive and significant effect on consumer loyalty , and attitude toward the brand was also positive and significant effect on consumer loyalty . Then together or simultaneously , brand image and brand attitudes toward positive and significant effect on consumer loyalty . The empirical findings indicate that in order to create and maintain customer loyalty , brand carbonated beverage company Coca- Cola needs to consider factors such as brand image and attitude towards the brand because of the factors shown to affect consumer loyalty Coca Cola brand carbonated beverages .

keywords : Brand Image , Attitude Toward The Brand , Consumer Loyalty

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek dan Sikap Terhadap Merek, Terhadap Loyalitas Konsumen Coca Cola. Survei pada Konsumen Minuman Coca Cola di Seven Eleven Kelapa Gading Jakarta Utara. Skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Skripsi ini mungkin tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Dr. Hamidah, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
5. Agung Wahyu Handaru, ST., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNJ.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.

7. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak H. Atwi dan Ibu Hj. Saminah. Terimakasih untuk segala kasih sayang dan cintanya selama ini. Doa yang takkan putus kepada keduanya atas segala pengorbanannya yang senantiasa tercurahkan untuk ananda. Kepada kakakku Achmad Ridho, S.E., serta Adik-Adikku, yang mana mereka semua adalah motivator terkuatku untuk bisa lulus dengan segera dan yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman dan sahabatku manajemen reguler dan nonreguler 2008 yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Untuk itu peneliti menerima saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para peneliti maupun pembaca.

Jakarta, 2014

Peneliti