

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS MEREK (SURVEI PADA
KONSUMEN SARI ROTI DI DKI JAKARTA)**

**MUHAMMAD AFKAR SUBHAN
8215152369**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

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

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST
TOWARD BRAND LOYALTY (SURVEY AT SARI ROTI
CUSTOMER IN JAKARTA)**

**MUHAMMAD AFKAR SUBHAN
8215152369**



**Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
of Bachelor of Economics**

**STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017**

ABSTRAK

Muhamad Afkar Subhan, 2015; *Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Survei pada Konsumen Sari Roti di DKI Jakarta)*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui adanya pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen produk roti merek Sari Roti di DKI Jakarta. 2) Mengetahui adanya pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen produk roti merek Sari Roti di DKI Jakarta. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *explanatory*. Penelitian dilakukan dengan terhadap 200 konsumen roti merek Sari Roti, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 21. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Citra merek memiliki pengaruh yang positif terhadap Loyalitas merek konsumen. produk roti merek Sari Roti. 2) Kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif terhadap Loyalitas merek konsumen produk roti merek Sari Roti. Ketiga variabel tersebut memiliki hubungan positif yang menandakan adanya perbaikan dari satu variabel lainnya menjadi lebih baik pula.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Loyalitas Merek

ABSTRACT

Muhamad Afkar Subhan, 2015; Brand Image and Brand Trust on Brand Loyalty (Survey on Sari Roti Consumers in DKI Jakarta). Thesis, Jakarta: Management Concentration Marketing, Management Studies Program, Management Department, Faculty of Economics, Jakarta State University.

The purpose of this research are: 1) Knowing the influence of brand image to customer loyalty of bread product of Sari Roti brand in DKI Jakarta. 2) To know the influence of brand trust on customer loyalty of bread product of Sari Roti brand in DKI Jakarta. The analysis done in this research is descriptive and explanatory analysis. The research was conducted with 200 customers of Sari Roti bread brand, while data collection technique was done by distributing questionnaires, which then processed using SPSS 21. The result of analysis showed that: 1) Brand image has a positive influence on consumer brand loyalty. bread products of Sari Roti brand. 2) Brand trust has a positive influence on brand Loyalty of Sari Roti brand bakery products. All three variables have a positive relationship indicating the improvement of one other variable to be better too.

Keyword: Brand Image, Brand Trust, Brand Loyalty

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si</u> NIP. 19720506 200604 1 002	Ketua		27 Desember 2017
2. <u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIDK.	Sekretaris		22 Desember 2017
3. <u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 200812 1 001	Penguji Ahli		22 Desember 2017
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 19720617 199903 1 001	Pembimbing I		27 Desember 2017
5. <u>Andrian Haro, S.Si, MM</u> NIP. 19850924 201404 1 002	Pembimbing II		27 Desember 2017
Tanggal Lulus			27 Desember 2017

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Afkar Subhan
No. Registrasi : 8215152369
Jenjang : S1
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya:

1. Telah menyelesaikan seluruh administrasi keuangan selama menjadi mahasiswa FE UNJ.
2. Telah menempuh seluruh matakuliah yang di tetapkan oleh Program Studi.
3. Telah memenuhi syarat jumlah SKS sesuai ketentuan yang di tetapkan FE UNJ.
4. Tidak melakukan pemalsuan tanda tangan pihak manapun pada berkas pendaftaran ujian Skripsi/Karya Ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan dan pencabutan ijazah yang telah saya peroleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 24 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Afkar Subhan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) (Survei pada Konsumen Sari Roti di DKI Jakarta)”**. Proposal skripsi ini disusun oleh peneliti dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ).

Proposal 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 I Skripsi.
2. Andrian Haro, S.Si., M.M. selaku pembimbing II penelitian skripsi ini sekaligus sebagai Koprodi Manajemen S1 Universitas Negeri Jakarta.
3. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Hamidah, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Dr. Gatot Nazir Ahmad, S.Si, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan banyak ilmu selama perkuliahan.
7. Kedua orang tua tercinta, H. Imam Hidayatullah, SE dan Dra.Hj.Nida Qudsiah, M.Pd, serta adik Muhammad Ifkar Dzehhan dan Nindya Farhah

Azzahrah dan seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan motivasi dan doa yang tiada henti dan perhatiannya begitu besar, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Istri tercinta, Nuhria Ayuning Cahyani beserta keluarga.
9. Seluruh karyawan PT.TITU SEA MURA yang telah memberikan izin dan memotivasi peneliti selama proses penelitian.
10. Teman-teman seperjuangan skripsi konsentrasi Pemasaran Gitty, Litya, Fachrul, Yuda.
11. Teman-teman Jurusan Manajemen Alih Program 2015 yang telah memberi masukan mengenai penulisan skripsi.
12. Zaenudin, Aay, Omen dan Acep yang selalu menemani dan membantu dalam menyusun skripsi.
13. Peneliti secara istimewa mengucapkan terima kasih kepada Hj.Farida Rasyid, yang tidak lelah berdoa dan memberikan dukungan kepada peneliti 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, 5 Desember 2017

Peneliti