

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUASAAN KONSUMEN PRODUK LAPTOP MEREK
ACER**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta)**

TIMOTY PATRICK

8223155474



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST ON CONSUMER
SATISFACTION OF ACER LAPTOP***

***(Study on the Faculty of Economics Students in State University of
Jakarta)***

TIMOTY PATRICK

8223155474



***The Scietific Paper Report was written to fulfill one of the requirements to get
Expert Associate Degree Faculty of Economics State University of Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2018***

ABSTRAK

Timoty Patrick Parlinggoman, 2018, 8223155474, judul karya ilmiah :Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Laptop Merek Acer (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan konsumen laptop Acer. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang menggunakan laptop Acer. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Lienear Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0,439 (43,9%), sedangkan sisanya 0,561 (56,1%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen dan Analisis

Regresi Liniear Sederhana

ABSTRACT

Timoty Patrick Parlinggoman, 2018,8223155474, title of the research “The Influence Of Brand Trust On Consumer Satisfaction Acer Brand Products Laptop” (A case study on The Faculty of Economics Students in The State University of Jakarta)”. DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand trust to customer satisfaction laptop of Acer. The data which is is used in this reseacrh is primary data, collected from spreading eighty five questtionnaires to laptop of Acer’s customers. Thus reseacrh use purposive sampling and linear regression analysis in cultivating data. From the result of this research, know that brand trust influence to customer satisfaction. Which is showing by value of R Square is 0,439 (43,9), while 0,561 (56.1%) is influence by other factors. In this research also known that brand trust have positive and significant influence to customer satisfaction. Thus, the result of the reseacrh is relevant and at the same time support the teory of customer satisfaction.

Keywords: Brand Trust, Customer Satisfaction, and Regression Analysis.

LEMBAR PERSETUJUAN



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO
IAS/NA/340

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Dra. Basrah Saidani, M Si.
2. NIP : 1963 0119 1992 032001
3. Tanda tangan :

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Timoty Patrick Parlinggoman
2. No. Registrasi : 8223155474
3. Program Studi : Manajemen Pemasaran D3
4. Judul : Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Konsumen
Produk Laptop Merek Acer

Untuk Mengikuti/Tidak mengikuti* Sidang KI pada tanggal.....

Mengetahui
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Jakarta, 30 Juli 2018
Mahasiswa Ybs,

Timoty Patrick Parlinggoman
No.Reg: 8223155474

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



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

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 19620623 199003 2 001



14-08-2018

Penguji Ahli

Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si.
NIP. 19720617 199903 1 001



15-08-2018

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001



15-08-2018

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ahli madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah 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, 26 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Timoty Patrick

No. Reg. 8223155474

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Laptop Merek Acer (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta).**

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyusun karya ilmiah ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua dan adik, yang penulis cintai dan sayangi, yang dengan rasa cinta dan kasih sayangnya secara tulus, serta memberikan dan doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
2. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah MM selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama praktikan duduk dibangku perkuliahan.
6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan Karya Ilmiah.
7. Seluruh kerabat dan teman-teman terdekat, yang tidak bisa dituliskan namanya satu persatu, yang telah memberikan semangat dan doa.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan penulis dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran beserta masukan bahkan kritik yang dapat menambah pengetahuan dari pihak-pihak yang ada.

Jakarta, 25 Juli 2018

Peneliti