

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
MEREK INDIHOME (Survei Pada Pelanggan IndiHome *Triple
Play* Di Rumah Susun Cipinang Besar Selatan)**

**RHESA PRAMUDITA SAKTI BAWANA
8223155028**



**Karya Imiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN
PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY
INDIHOME (Survey Consumer IndiHome Triple Play at
Apartement Cipinang Besar Selatan)***

RHESA PRAMUDITA SAKTI BAWANA

8223155028



***This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get the title of
the Experts Associate at Faculty Of Economics University of Jakarta***

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM

DIPLOMA DEGREE

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

Rhesa Pramudita Sakti Bawana, 2018, 8223155028, judul karya ilmiah “Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek IndiHome (Survei Pada Pelanggan IndiHome *Triple Play* Di Rumah Susun Cipinang Besar Selatan)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek layanan jasa IndiHome. Data yang digunakan pada penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 129 responden yang berlangganan IndiHome. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linear Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel citra merek berpengaruh terhadap loyalitas merek. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0,915 atau 91,5%, sedangkan sisanya 8,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa citra merek memiliki pengaruh yang paling positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori loyalitas merek.

Kata Kunci: Citra Merek, Loyalitas Merek, dan Analisis Regresi Linear Sederhana

ABSTRACT

Rhesa Pramudita Sakti Bawana, 2018, 8223155028, title of the research “The Influence Of Brand Image On Brand Loyalty IndiHome (Survey society IndiHome Triple Play in Apartement Cipinang Besar Selatan)”. DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand image to brand loyalty IndiHome product. The data which is used in this research is primary data, collected from spreading one hundred twenty nine questionnaires to IndiHome’s consumers. This research use non-probability sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the result of this research, known that brand imageinfluence to brand loyalty. Which is showing by value of R Square is 0,915 (91,5%), while 8.5% is influence by other factors. In this research, also known that brand image have most positive and significant influence to brand loyalty. Thus, the result of the research is relevant and at the same time supports the theory of brand loyalty.

Keyword: Brand Image, Brand Loyalty, and Regression Analysis.



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

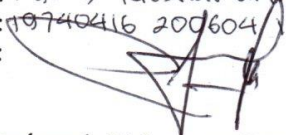


ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO
IAS/INA/3640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Agung Kresnamurti S.T. MM
2. NIP : 19740416 200604 001
3. Tanda tangan : 

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Rhesa Pramudita Satri Bawana
2. No. Registrasi : 8223155028
3. Program Studi : Manajemen Pemasaran
4. Judul : Pengaruh citra Merek terhadap Loyalitas Merek IndiHome (Survei pada pelanggan IndiHome Triple play di Rusun Cipinang Besar Selatan)

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

Mengetahui
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ



Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

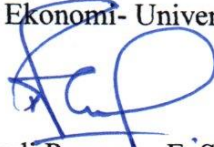
Jakarta, 6... Agustus 2018
Mahasiswa Ybs.



Rhesa Pramudita
No.Reg : 8223155028

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, MM
NIP. 19620623 199003 2 001



14-08-2018

Penguji Ahli

Tanda Tangan

Tanggal

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



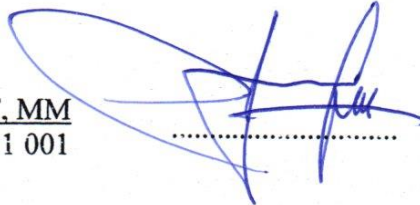
18-08-2018

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti, ST, MM
NIP. 19740416 200604 1 001



20-08-2018

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, 13 Agustus 2018
Yang membuat pernyataan,



Rhesa Pramudita Sakti Bawana
NIM. 8223155028

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan karunia dan kasih sayang- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek IndiHome (Survei Pada Pelanggan di Rusun Cipinang Besar Selatan)**.

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 terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama kepada:

1. Agung Kresnamurti, ST, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
2. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah MM Selaku Koordinator Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi, yang dengan rasa cinta dan kasih sayangnya secara tulus telah mengurus, membesarkan, mendidik penulis hingga sekarang ini serta memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti.
5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama praktikan duduk di bangku perkuliahan

6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta yang ikut dalam penyusunan laporan Karya Ilmiah ini.
7. Seluruh sahabat terdekat peneliti yang dengan segala hormat tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan semangat teriring doa kepada peneliti agar dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

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, 18 Juli 2018

Peneliti