

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN GOJEK**

(Survei pada Pelanggan GOJEK di *Mall Cipinang Indah*, Jakarta Timur)

EDWIN BONARDO
8223155234



**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 CUSTOMER LOYALTY
OF GOJEK (Survey on GOJEK's Customers at Cipinang Indah Mall,
East Jakarta)***

**EDWIN BONARDO
8223155234**



***The Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirement Associate Expert
Getting By Faculty of Economics, State University of Jakarta***

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

ABSTRAK

Edwin Bonardo, 2018, 8223155234, judul karya ilmiah “Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Survei Pada Pelanggan Gojek di Mall Cipinang Indah, Jakarta Timur)”. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan Gojek. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan jasa Gojek. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linear Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *R Square* sebesar 0.326 (32,6%), sedangkan sisanya 0.674 (67,4%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini juga diketahui bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh yang paling positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori keputusan pembelian.

Kata kunci : Kepercayaan Merek, Loyalitas Pelanggan dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

ABSTRACT

Edwin Bonardo, 2018, 8223155234, title of the research “The Influence of Brand Trust on Customer Loyalty of Gojek (Survey on Gojek’s Customer at Cipinang Indah Mall, East Jakarta)”. DIII Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research is analyze the influence of brand trust on customer loyalty of Gojek. The data which is used in this research is primary data, collected from spreading one hundred questionnaires to Gojek’s customers. This research use purposive sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the result of this research, known that brand trust influence to customer loyalty. Which is showing by value of R Square is 0.326 (32,6%), while 0.674 (67,4%) is influence by other factors. In this research, also known that brand trust have most positive and significant influence to customer loyalty. Thus, the result of the research is relevant and at the same time supports the theory of buying decision.

Keyword: Brand Trust, Customer Loyalty, and Regression Linearity 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 15220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe

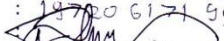


ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO:
TAS/INA/0640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Setyo Ferry Wibowo SE, M.Si
2. NIP : 197006171999031001
3. Tanda tangan 

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Edwin Bonardo
2. No. Registrasi : 0223155234
3. Program Studi : Manajemen Pemasaran
4. Judul : Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan
(Survei pada pengunjung Mall Cipinang Indah, Jakarta Timur)

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

Mengetahui
Kordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Jakarta, 2 Agustus 2018
Mahasiswa Ybs,

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Edwin Bonardo
No.Reg: 0223155234




LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



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

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 19620623 199003 2 001		<u>14-8-2018</u>
Penguji Ahli		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 19630119 199203 2 001		<u>13-8-2018</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.</u> NIP. 19720617 199903 1 001		<u>20-8-2018</u>

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, 31 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Edwin Bonardo

No. Reg. 8223155234

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan karunia dan kasih sayang-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Survei Pada Pelanggan Gojek di Mall Cipinang Indah, Jakarta Timur)**.

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 pada:

1. Kedua orang tua yang peneliti cintai dan sayangi, yang telah membesarkan, mengurus, dan mendididk peneliti hingga saat ini, serta memberikan semangat dan doa yang tiada henti – hentinya kepada peneliti.
2. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada peneliti serta meluangkan waktunya untuk audiensi.
3. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
6. Seluruh kerabat dan teman – teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2015 yang ikut membantu peneliti dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Karya Ilmiah ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun dalam teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan wawasan peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 31 Juli 2018

Peneliti