

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN MEREK (*BRAND TRUST*) DENGAN LOYALITAS PELANGGAN (*CUSTOMER LOYALTY*) MIE INSTAN INDOMIE PADA WARGA RW 06 KELURAHAN UTAN KAYU SELATAN JAKARTA TIMUR**

**ERINA NOVITASARI  
8105091566**



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

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA  
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2013**

**THE CORRELATION BETWEEN BRAND TRUST WITH  
CUSTOMER LOYALTY OF INDOMIE INSTANT NOODLES  
ON THE RESIDENTS OF RW 06 SOUTH UTAN KAYU  
EAST JAKARTA**

**ERINA NOVITASARI  
8105091566**



**The Thesis is Compiled as One of The Requirements in Holding Bachelor of  
Education Degree in the Faculty of Economics State University of Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2013**

## ABSTRAK

**ERINA NOVITASARI.** Hubungan antara Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) dengan Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) Mie Instan Indomie Pada Warga RW 06 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur. Skripsi, Jakarta. Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, *reliable*) tentang hubungan antara kepercayaan merek (*brand trust*) dengan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) mie instan Indomie pada warga RW 06 Kelurahan Utan Kayu Selatan, Jakarta Timur.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Penelitian ini dilakukan di RW 06 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur, selama empat bulan terhitung sejak Maret 2013 sampai dengan Juni 2013. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Warga RW 06 Kelurahan Utan Kayu Selatan, Jakarta Timur. Populasi terjangkaunya adalah Ibu Rumah Tangga RT 007 yang berjumlah 52 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik acak sederhana sebanyak 48 orang.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi sederhana, dimana persamaan regresi yang diperoleh adalah  $\hat{Y}=57,03+0,57X$ . Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) dengan uji liliefors diperoleh  $L_{hitung} = 0,1112$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 48$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,1279. Karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran regresi Y atas X ( $Y - \hat{Y}$ ) berdistribusi normal. Uji linearitas regresi diperoleh  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $F_{hitung} = 1,62 < F_{tabel} = 2,00$ , sehingga disimpulkan bahwa model persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $F_{hitung} = 30,43 > F_{tabel} = 4,05$ , artinya model persamaan regresi tersebut berarti. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson diperoleh  $r_{xy} = 0,6295$ , maka ini berarti terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan merek dengan loyalitas pelanggan. Selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji-t dan diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu  $t_{hitung} = 5,49 > t_{tabel} = 1,68$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan merek dengan loyalitas pelanggan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 39,63% yang menunjukkan bahwa 39,63% variasi loyalitas pelanggan ditentukan oleh kepercayaan merek.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan yang positif antara kepercayaan merek dengan loyalitas pelanggan mie instan Indomie pada warga RW 06 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.

**Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepercayaan Merek.**

## **ABSTRACT**

**ERINA NOVITASARI.** *The Correlation between Brand Trust with Customer Loyalty of Indomie Instant Noodles On The Residents of RW 06 South Utan Kayu East Jakarta.* Thesis, Jakarta. Study Program of Commerce Education, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2013.

*The purpose of this research is to obtain valid and reliability datas or facts about the possibility correlation between brand trust with customer loyalty of Indomie instant noodles on the residents of RW 06 South Utan Kayu East Jakarta.*

*The research used survey method with the correlational approach. The research was conducted at RW 06 South Utan Kayu East Jakarta for four months from March 2013 until June 2013. The population in this study are residents of RW 06 South Utan Kayu East Jakarta, where as the possible populations were 52 housewives of RT 007. The technique which is used in gathering the sample was simple random sampling about 48 housewives.*

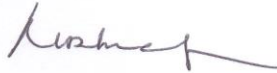
*According to statistical computation, the regression equation is  $\hat{Y} = 57,03 + 0,57X$ . Test requirements analysis of the normality test error of estimated regression of Y on X ( $Y - \hat{Y}$ ) to produce  $L_{count}$  liliefors test = 0,1112, while the  $L_{table}$  for  $n = 48$  at 0,05 significant level is 0,1279. Because the  $L_{count} < L_{table}$  then an error of estimated regression of Y on X ( $Y - \hat{Y}$ ) is normally distributed. Testing linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$  is  $F_{count} = 1,62 < F_{table} = 2,00$ , so it was concluded that the linear equation regression. From test significance regression produces  $F_{count} > F_{table}$ , which is  $F_{count} = 30,43 > F_{table} = 4,05$ , meaning that the regression equation is significant. Product Moment correlation coefficient of Pearson generating  $r_{xy} = 0,6295$ , it indicates there's a positive correlation between brand trust with customer loyalty. Thereafter performed the test significance correlation coefficient using the t-test and the resulting  $t_{count} > t_{table}$ , which is  $t_{count} = 5,49 > t_{table} = 1,68$ . It can be concluded that the correlation between brand trust with customer loyalty is significant. The coefficient of determination obtained for 39,63% which shows that 39,63% of the variation of customer loyalty is determined by the brand trust.*

*The result of this research has proved the existence of a positive and significant correlation between brand trust with customer loyalty of Indomie instant noodles on the residents of RW 06 South Utan Kayu East Jakarta.*

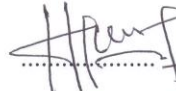

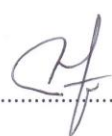
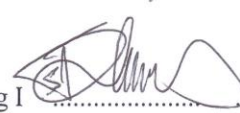
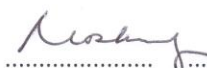
**Keywords: Customer Loyalty, Brand Trust.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si  
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tandatangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua		08/07/13
2. <u>Dra. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Sekretaris		08/07/13
3. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Penguji Ahli		08/07/13
4. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001	Pembimbing I		08/07/13
5. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Pembimbing II		08/07/13

Tanggal Lulus: 5 Juli 2013 .....

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya 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 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, Juni 2013

Yang membuat pernyataan

Erina Novitasari  
8105091566

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“For indeed, with hardship [will be] ease*

*Indeed, with hardship [will be] ease”*

*Q.S Ash-Sharh 94: 5-6*

*“ALLAH sometimes takes us into troubled waters*

*Not to drown us, but to cleanse us”*

*-Arabic Proverb-*

*“Before Alice got to wonderland,  
she had to fall pretty hard down a deep hole”*

*-Alice in Wonderland-*

Dengan mengucapkan syukur kepada ALLAH SWT,  
Shalawat serta salam teruntuk Nabi Muhammad SAW beserta  
Keluarga dan Para Sahabat.

Ku persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tuaku,  
semangatku, motivasiku, inspirasiku, segalanya dalam hidup.

Thank you for everything.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing I yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, dengan saran dan masukan yang sangat membantu dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si. selaku dosen pembimbing II dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan serta dukungan dalam penulisan skripsi ini.
3. Drs. Nurdin Hidayat, M.M., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga.
6. Kedua orangtua tercinta dan keluarga yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril maupun materil.



7. Seluruh teman-teman Program Studi Tata Niaga Reguler 2009 (Terutama Nurika, Riza, Raisya, Golda, Sekar, Astuti, Ayu, Selvana, Vika, Katherine, Adevia, Rahma, Elpha, Vierthy, Zahra) yang telah banyak membantu dalam suka dan duka hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Para sahabat, Nidya Sari Rifaie, Lisa Ayu Puspendari, Yanita Dwi Astuti, Adi Kurniawan dan Rizky Hardo Wibowo untuk motivasi, inspirasi serta bantuannya.
9. Seluruh responden yang telah bersedia menyisihkan sedikit waktunya untuk membantu kelancaran proses pengambilan data penelitian skripsi ini.

Terima kasih.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini diakibatkan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Sehubungan dengan itu, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Juni 2013

Erina Novitasari