

**PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN *SMARTPHONE* SAMSUNG
(Studi kasus pada Mahasiswa UNJ pengguna *Smartphone*
Samsung)**

BELA AISAH

8223163221



**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**

2019

***THE INFLUENCES OF BRAND EQUITY AND SAMSUNG
SMARTPHONE CUSTOMERS LOYALTY (Survey on Student of
Universitas Negeri Jakarta)***

BELA AISAH

8223163221



***The Scientific Paper Prepared To Meet One Degree Requirements Associate
Expert Getting By Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta***

***DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Bela Aisah, 2019; Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung. (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) mengetahui gambaran Ekuitas Merek dan Loyalitas Pelanggan. 2) mengetahui apakah Ekuitas Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel 105 responden. Pada penelitian ini data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh variabel Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal itu ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,571 (57,1%).

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Bela Aisah, 2019; *The influence of Brand Equity and Samsung Smartphone Customers Loyalty. (Survey on Student of Universitas Negeri Jakarta). Scientific Paper, Jakarta: Marketing Management DIII Study Program Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.*

The purposes of this research to: 1) know the description of Brand Equity and Samsung Smartphone Customers Loyalty 2) know whether Brand Equity has a significant influence on Samsung Smartphone Customers Loyalty. The sample used technique is Purposive Sampling with a sample of 105 respondents. In this research the data were collected by spreading a questionnaire. The data analysis method used is simple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination. From the results of this research it can be seen that the Brand Equity variable influence the Loyalty Customers. This is indicated by the r square value of 0.571 (57,1%)

Keyword: Brand Equity, Loyalty Customers

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



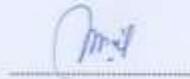
Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Sidang

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Umi Mardiyati, M.Si.
NIP. 19570221 198503 2 002



10 Agustus 2019

Penguji Ahli

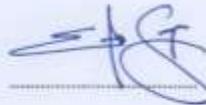
Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.
NIP. 19720617 199903 1 001



16 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

M. Edo S. Siregar, S.E., M.B.A.
NIP. 19720125 200212 1 002



21 Agustus 2019

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 ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 7 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Bela Aisah
NIM. 8223163221

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan *Smartphone* Samsung (Survei pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para sahabatnya sehingga Karya Ilmiah dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan Karya Ilmiah ini bertujuan memenuhi salah satu syarat wajib untuk mencapai Gelar Ahli Madya pada jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyelesaian Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan oleh banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan dan doa kepada peneliti. Untuk itu Peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua peneliti yang telah memberikan doa dan dukungan. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada orang-orang yang sudah memberikan masukan-masukan kepada peneliti, yaitu :

1. Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan Karya Ilmiah ini.
4. Dosen-Dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
5. Rekan-rekan mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah berkenan membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari dalam Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan dan kekurangan baik dari segi materi ataupun teknik penyajian. Untuk itu Peneliti mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik lagi. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat menjadi masukan bagi para pembaca.

Jakarta, 22 Juni 2018

Peneliti