

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK (*BRAND TRUST*)  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (*CUSTOMER  
LOYALTY*) PRODUK CHARM (Survei Pada Mahasiswi Fakultas  
Ilmu Keolahragaan Di Universitas Negeri Jakarta)**

**RADEN INTAN ROSMA LAYLY VIRANINGRUM  
8223165384**



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Mendapatkan Gelar Ahli Madya**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2019**

**THE INFLUENCE BRAND TRUST ON CUSTOMER  
LOYALTY OF CHARM PRODUCT (SURVEY ON FACULTY  
OF SPORT SCIENCE STUDENTS AT STATE UNIVERSITY  
OF JAKARTA)**

**RADEN INTAN ROSMA LAYLY VIRANINGRUM  
8223165384**



**This Scientific Assignment Arranged as Requirements For Obtaining An  
Associate's Degree**

**DEPARTMENT OF DIII MARKETING MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2019**

## **ABSTRAK**

**Raden Intan Rosma Layly Viraningrum. 2019. 8223165384. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Charm (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Keolahragaan di Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. Dibimbing oleh Agung Kresnamurti, S.T, M.M.**

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Gambaran tentang kepercayaan merek dan loyalitas konsumen dari produk Charm, (2) Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen pada pengguna produk Charm. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ilmu Keolahragaan di Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan produk Charm dengan minimal 1 tahun sebagai pengguna. Metode analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Regresi Sederhana dengan alat bantu SPSS versi 25 dalam mengolah data hasil penelitian.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Loyalitas Konsumen, Produk Charm.

## ABSTRACT

**Raden Intan Rosma Layly Viraningrum. 2019. 8223165384. The Influence Brand Trust On Customer Loyalty Of Charm Product (Survey On Faculty Of Sport Science Students At State University Of Jakarta). Department of DIII Marketing Management. Faculty of Economic. State University Of Jakarta. Supervised by Agung Kresnamurti, S.T, M.M.**

*The main purpose of this scientific assignment are as follows to find out: (1) To describe about the brand trust and customer loyalty of Charm product, (2) To identify the influence of brand trust towards the customer loyalty of Charm product's user. The research method used in this study is Questionnaire. The sampling technique with 100 respondents. The subjects of this study were Faculty of Sport Science Students At State University Of Jakarta had been using Charm product with minimum 1 year as Charm's user. The data analysis methods that used are descriptive statistics analysis and simple linear regression analysis with Software SPSS version 25 to process the data resource.*



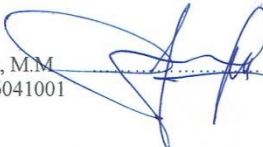
*Keywords: Brand Trust, Customer Loyalty, Charm Product.*

**LEMBAR PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus  
NIP. 196712071992031001

Nama Ketua Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
Dra. Sholikhah, M.M NIP. 196206231990032001		22/08/2019
Penguji Ahli		
Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001		20/08/2019
Dosen Pembimbing		
Agung Kresnamurti, M.M NIP. 197404162006041001		21/08/2019

## 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, 29 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



R Intan Rosma Layly Viraningrum

No. Reg. 8223165384

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Hirabbil Al-amin. Puji dan Syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya peneliti diberikan kesehatan dan kelancaran, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Charm (Survei pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Keolahragaan di Universitas Negeri Jakarta)” dengan baik.

Shalawat serta salam tidak luput peneliti curahkan kepada junjungan tinggi Nabi Muhammad saw karena cahaya-cahaya Islam begitu indah, sehingga sekarang berada dalam zaman terang-benderang dan terhindar dari zaman kebodohan. Dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini peneliti mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan dan semangat dari kedua orang tua, kakak-kakak, keluarga dan kekasih tercinta. Setelah itu, peneliti mendapatkan bimbingan dan saran dalam penelitian karya ilmiah maupun saat melakukan penulisan karya ilmiah oleh dosen pembimbing. Oleh karena itu, dengan rasa hormat peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Agung Kresnamurti, S.T, M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penulisan Karya Ilmiah ini.
2. Prof. H. Dedi Purwana E.S, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, M.M selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
4. Dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Teman-teman seperjuangan DIII Manajemen Pemasaran Angkatan 2016 Kelas A, terutama Indah Safitri.
6. Sahabat-sahabat terbaik seperti Rezy, Silva, Aliyya, Syifa, dan Monita yang telah memberikan semangat dan mendoakan.
7. Keluarga besar Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, terutama angkatan 2016 sebagai tempat berproses.

8. Rekan-rekan magang PMMB (Program Magang Mahasiswa Bersertifikat) Batch 2 di PT Jasa Marga (Persero) Tbk Tahun 2019 yaitu mbak Jeane, mbak Lusi, adik Diah, mbak Fathia, Ferama, kak Maria, Afifah, mas Jarbud, bang Gilbert, ka Bonita, mbak Dwi, Aldi, Omjo dan sebagainya.
9. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan peneliti ucapkan terima kasih atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

20 Juli 2019

Peneliti