

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN PASTA GIGI CIPTADENT PADA WARGA UTAN KAYU
UTARA RW 06 JAKARTA TIMUR**

TOMMY SA'ADILLAH

8135118136



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

JUNI 2015

**THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND IMAGE WITH CONSUMER
CONFIDENCE TOOTHPASTE CIPTADENT TO THE RESIDENTS OF
NORTH UTAN KAYU RW 06 EAST JAKARTA**

TOMMY SA'ADILLAH

8135118136



**This Skripsi is written to fulfill part of the requirement to achieve bachelor of
education degree**

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

MAJORING OF ECONOMIC AND ADMINISTRATION

FACULTY OF ECONOMIC

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

JUNE 2015

ABSTRAK

TOMMY SA'ADILLAH. HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN PADA WARGA RW 06. Utankayu utara Jakarta timur Skripsi, Jakarta : Program Study Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juni 2015

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi dan pengetahuan berdasarkan data atau fakta yang sah dan valid, benar dan dapat dipercaya tentang seberapa besar hubungan antara Citra merek dengan kepercayaan konsumen pada warga RW 06 utankayu utara Jakarta timur.

Penelitian ini menggunakan metode survey dengan metode purposive. Variabel bebasnya adalah Citra merek dan Kepercayaan Konsumen sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah warga RW 06 Utankayu utara, sedangkan populasi terjangkanya adalah warga RT 05/06 Utan kayu utara. Sampel yang digunakan sebanyak 44 warga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara sengaja, karena diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai. Peneliti mengambil sebanyak 42 warga berdasarkan tabel Issac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%.

Teknik analisis data dimulai dengan mencari persamaan regresi linier sederhana dan didapat persamaan regresi $\hat{Y} = 11,065 + 0,853 X$.

Dari perhitungan Persamaan regresi $\hat{Y} = 11,065 + 0,853 X$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor citra merek (variabel X), maka akan mengakibatkan kenaikan kepercayaan konsumen (variabel Y) sebesar 0,853 pada konstanta 10,065.

Hasil penelitian ini telah membuktikan adanya hubungan positif antara Citra merek dengan kepercayaan konsumen pada warga RT 05/06 Utankayu utara Jakarta timur. Hal ini berarti bahwa jika semakin baik citra merek maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan konsumen

Kata Kunci : Citra merek, Kepercayaan konsumen.

ABSTRACT

TOMMY SA'ADILLAH. RELATIONSHIP BETWEEN THE BRAND IMAGE WITH CONSUMER CONFIDENCE ON CITIZENS RW 06. North Utan kayu Thesis east Jakarta, Jakarta: Tata Commerce Education Study Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, June 2015.

This study aimed to obtain information and knowledge based on valid data or facts and valid, true and trustworthy about how much the relationship between brand image with the consumer confidence in the residents of RW 06 north utan kayu east of Jakarta.

This study used survey method with purposive method. The independent variable is the brand image and consumer confidence as the dependent variable. The population in this study is a resident of RW 06 north Utan kayu, while the population of inaccessibility is a resident of RT 05/06 Utan northern wood. 44 resident used as a sample. The sampling technique used in this research is by accident, because the expected criteria for samples obtained really fit. Researchers took as many as 42 residents based tables Issac and Michael with an error level of 5%.

Data analysis techniques starts with finding a simple linear regression equation and derived regression equation $Y = 11.065 + 0.853 X$.

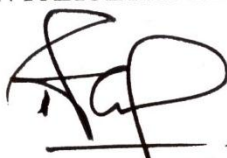
From the calculation of the regression equation $y = 11.065 + 0.853 X$ indicates that each increase of one brand image scores (variable X), then it will lead to an increase in consumer confidence (variable Y) of 0.853 at 10.065 constants.

Results of this study have proved the existence of a positive relationship between brand image with consumer confidence at RT 05/06 east Jakarta north Utan kayu. This means that if the better the image of the brand, the higher the level of consumer confidence.






Keywords: Brand image, Consumer confidence.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Drs. Dedi Purwana, E.S. M.Bus
NIP.19671207199203 1 00 1

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Ketua		2-Juli-2015
2. <u>Dra. Nurahma Hajat M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		2-Juli-2015
3. <u>Dita Puruwita M.Si</u> NIP.198209082010122004	Sekretaris		2-Juli-2015
4. <u>Dra. Rochyati M.Pd</u> NIP.19540403 198503 2 002	Pembimbing I		2-Juli-2015
5. <u>DR. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 19590918 198503 2 011	Pembimbing II		2-Juli-2015

Tanggal Lulus : 4 Juli 2015

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 2015
Yang membuat pernyataan

Tommy sa'adillah
No Reg. 8135118136

MOTTO

Jika lelahmu kau jadikan sebagai alasan kemalasanmu, maka jadikanlah Orangtua mu sebagai alasan dalam penyemangat di setiap langkahmu.

- (Peneliti)

Manusia tidak merancang untuk gagal, merekalah yang gagal untuk merancang.

“Always be yourself and never be anyone else even if they look better than you.”

Selalu jadi diri sendiri dan jangan pernah menjadi orang lain meskipun mereka tampak lebih baik dari Anda.

“semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana daripada sebelumnya”

- Alexander Pope

PERSEMBAHAN

Dengan Mengucapkan Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah SWT serta Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya ini kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan ribuan bahkan jutaan nikmat serta ridhonya dalam setiap perjalanan hidupku.
2. Mutiara hatiku Ibu dan Bapakku yang selalu menjadi pedoman hidupku serta tempat bersandar dan berbagi dalam keluh kesah, terlebih dalam memberikan semangat, doa, kasih sayang dan cinta yang luar biasa hebatnya.
3. Ketiga kakakku, Zulchaidir ubaidillah, Nurbani Yusuf, Mohammad faisol. Kakak iparku Mercy Emilia dan Khusnul Khotimah dan saudara-saudaraku, Bulekku Titik puspadillah dan sepupuku Irkham yang selalu memberikan doa, motivasi, senyuman, tawa canda dan kehangatan dalam setiap Kebersamaan.
4. Teman dan sahabat baikku (Maya, citra, dewi, ichfan putra, arjuna, Chandra haikat, nurmansyah dan yang lainnya), ponakanku Safina najwa mazada, andreana tanaya mazada dan aisyah soraya yang menjadi sumber kekuatan dan penyemangat dalam setiap kejenuhan dan keraguan. Dan teman-teman seperjuangan TN NR 2011, bahagia rasanya bisa mengenal dan bersama kalian.
5. Hana yutika prativi yang selalu menjadi penyemangat disaat kejenuhan dan kemalasan melanda.
6. Almamaterku UNJ tercinta.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi tepat waktu dan tanpa adanya halangan yang berarti.

Penyusunan skripsi ini disusun berdasarkan apa yang telah peneliti lakukan pada saat penelitian dilapangan yakni pada warga utan kayu utara matraman Jakarta timur. Penelitian ini dilakukan selama empat bulan, terhitung mulai dari bulan Maret sampaidengan bulan Juni 2015.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Study Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Judul yang peneliti ajukan adalah “ Hubungan Antara Citra merek dengan kepercayaan konsumen pasta gigi Ciptadent pada warga RW 06 utan kayu utara.”

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungandari berbagai pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Dra Rochyati, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yangtelah memberikan banyak bantuan serta masukan dalam penulisan Skripsi.
2. DR Corry YohanaM.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan banyak bantuan serta masukan dalam penulisan Skripsi.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi PendidikanTataNiaga.
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Siselaku Ketua Jurusan Ekonomi dan

Administrasi.

5. Drs. Dedi Purwana E. S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
6. Mutiara hatiku Bapak dan Ibuku yang selalu memberikando'a, motivasi, moril, materil serta kasih sayang yang luar biasa.
7. Hana Yutika Prativi yang selalu memberi penyemangat dan motivasi bagiku.
8. Ponakanku tersayang Safina, Zidan, Naya dan Aisyah yang selalu menjadi penyemangat hidupku.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Pendidikan Tata Niaga Non Reguler Angkatan 2011.

Peneliti akui tidaklah sempurna, apabila terdapat kekeliruan dalam penyusunan Skripsi, peneliti sangat mengharapkan kritik dan sarannya.

Akhir kata semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi kita semua.

Jakarta, Juni 2015

Tommy sa'adillah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Tommy sa'adillah, lahir di Pekalongan pada tanggal 28 Juli 1990, putra dari pasangan Bapak H. Rochlani dan Ibu Hj Rohmah. Anak keempat dari 4 bersaudara. Beralamat di desa Paesan Kebumen RT.02/09 Kec. Kedungwuni Kab.

Pekalongan.

Pendidikan Formal yang telah dijalani yaitu dimulai dari TK Gembong Kedungwuni, kemudian lulus dari MI Paesan 02, lalu melanjutkan ke SMP N 1 Wonopringgo dan SMA N 1 Kedungwuni Kab. Pekalongan.

Setelah lulus dari bangku SMA, pada tahun yang sama melalui jalur Penerimaan Mahasiswa Baru UNJ (PENMABA UNJ) diterima menjadi Civitas Akademika Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

Selama masa kuliah mempunyai pengalaman mengajar di SMKN 25 Pasar Minggu Jakarta selatan sebagai guru bidang studi pemasaran online dan simulasi digital. Mempunyai pengalaman Praktek Kerja Lapangan pada Restoran Batibul Sunter. Mempunyai pengalaman kerja di Indi Noto Kreasi.