

**PENGARUH CITRA MEREK OVO TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

RAMLIANSYAH

1702517005



**Karya Ilmiah ini ditulis 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
2020**

***THE INFLUENCE OF OVO BRAND IMAGE ON CUSTOMER
LOYALTY ON STUDENTS OF STATE UNIVERSITY OF
JAKARTA***

RAMLIANSYAH

1702517005



*This Research paper was written to fulfill one the requirements to get the title of
Diploma at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Ramliansyah 2020; Pengaruh Citra Merek OVO Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Karya Ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. dosen

Pembimbing: Shandy Aditya, BIB MPBS

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Gambaran tentang citra merek OVO 2) Gambaran tentang Loyalitas pelanggan OVO. 3) Pengaruh citra merek OVO terhadap loyalitas pelanggan OVO. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara *online*. Subjek penelitian adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan aplikasi OVO. Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana, menggunakan SPSS Versi 25 untuk mengolah data hasil penelitian.

Kata kunci: Citra Merek, Loyalitas Pelanggan , OVO.

ABSTRACT

Ramliansyah, 2020 ; The influence of OVO Brand Image On Customer Loyalty On Student Of State University of Jakarta. Scientific Work, Jakarta: Marketing Management Study Program, Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta. Advisor: Shandy Aditya, BIB, MBPS.


The purpose of this research is to find out : 1.) Knowing the description of Brand Image in OVO. 2.) Knowing the description of Customer Loyalty in OVO. 3) The influence of OVO Brand Image On Customer Loyalty. Methods of collecting data by distributing online questionnaires. The subjects of this study were students from the State University of Jakarta who uses OVO. Data analysis method used descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. Using the SPSS Version 25 application to process research data.




Keywords: Brand Image OVO, Customer Loyalty and OVO

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP.196301191992032001 (Ketua Penguji)		12-8-2020
2.	<u>Dr.Christian Wiradendi Wolor, SE, MM</u> NIP. 199110182019031014 (Penguji Ahli)		5-8-2020
3.	<u>Shandy Aditya, BIB MPBS</u> NIP. 198404082019031003 (Dosen Pembimbing)		14-8-2020

Nama : Ramliansyah
No. Registrasi : 1702517005
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 24 Juli 2020

LEMBAR ORISINALITAS

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. 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,


Ramlansyah
NIM. 1702517005

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ramliansyah
NIM : 1702517005
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek OVO Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolanya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Agustus 2020

Yang menyatakan,


6000
ENAM RIBU RUPIAH
Ramliansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Dengan karuniaNya peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun Karya Ilmiah ini. Sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek OVO Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta”** ini dengan baik.

Dalam penulisan karya ilmiah ini, tanpa bimbingan dan juga saran pihak - pihak lain, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Maka dari itu peneliti mengucapkan terimakasih dan rasa hormat terhadap kedua orang tua peneliti dan juga keluarga peneliti yang sudah memberikan dukungan dalam bentuk materi, moral maupun spiritual. Selain itu peneliti juga mengucapkan banyak terimakasih dan juga rasa hormat pihak pihak lain yang sudah membantu menyelesaikan Karya Ilmiah ini terkhusus kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta
3. Shandy Aditya, BIB MPBS selaku dosen pembimbing, yang sudah banyak meluangkan waktu untuk membimbing peneliti.

4. Teman – teman mahasiswa khususnya DIII Manajemen Pemasaran yang sudah mendukung dan juga membantu dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.

Peneliti menyadari bahwa Karya Ilmiah ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti sangat menerima kritik dan saran dari para pembaca yang memebangun. Demikianlah Karya Ilmiah ini disusun dengan sebaik – baiknya semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 22 Juli 2020

Peneliti