

**HUBUNGAN ANTARA PERLUASAN MEREK DENGAN
LOYALITAS PELANGGAN MEREK SEDAAP PADA
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA
NIAGA JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

FAHMI ALFIAN HAKI

8135116590



**Laporan Seminar Usulan Penelitian Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRAK

FAHMI ALFIAN HAKI. HUBUNGAN ANTARA PERLUASAN MEREK DENGAN LOYALITAS PELANGGAN MEREK SEDAAP PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2016.

Penelitian ini untuk mendapatkan pengetahuan tentang “Hubungan antara perluasan merek dengan loyalitas pelanggan merek sedaap pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan koresional. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i program studi pendidikan tata niaga angkatan 2012, 2013, 2014 di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta yang pernah berulang kali menggunakan produk merek sedaap yang berjumlah 136 orang. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Teknik ini dipakai berdasarkan pertimbangan bahwa setiap unsur atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik ini digunakan dengan harapan dapat terwakilinya data populasi tersebut. Sampel diambil sebanyak 100 orang berdasarkan tabel Isaac & Michael penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%. Perluasan Merek dengan Loyalitas Pelanggan menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,458 dan menghasilkan konstanta sebesar 15,23. Dengan demikian, bentuk hubungan antara Perluasan Merek dengan Loyalitas Pelanggan memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 15,23 + 0,458X$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *liliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,080$ sedangkan L_{tabel} untuk $n = 100$ dengan taraf signifikan $0,05 = 0,089$. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Persamaan regresi linear, Uji Hipotesis dilakukan dengan menguji keberartian regresi, hasil yang diperoleh $F_{hitung} = 48,99 > F_{tabel} = 3,96$ menunjukkan bahwa persamaan regresi berarti. Kemudian di hitung koefisien korelasi dengan hasil $r_{xy} = 0,577$, berikutnya yang dilakukan adalah menguji signifikansi koefisien korelasi dengan hasil $t_{hitung} = 7,00 > t_{tabel} = 1,68$ yang dapat disimpulkan antara variabel X variabel Y terdapat hubungan positif dan signifikan. Dari uji koefisien determinasi diperoleh sebesar 33,33% dan sisanya sebesar 66,67% dipengaruhi faktor lain yaitu kualitas produk, pengetahuan merek, dan persaingan.

Kata kunci: Perluasan Merek, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

FAHMI ALFIAN HAKI. RELATIONSHIP BETWEEN THE BRAND EXTENSION WITH BRAND SEDAAP CUSTOMER LOYALTY ON STUDENT OF COMMERCE EDUCATION PROGRAM OF DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION FACULTY OF ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA. Script, Jakarta: Commerce Education Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, in January 2016.

This study was to gain knowledge about the "relationship between the brand extension with the brand sedaap customer loyalty on students of commerce education program of Economics and Administration Department, Faculty of Economics at the State University of Jakarta".

The method used in this research is survey method with approach corretional. Population of this research is all student of commerce education program in 2012, 2013, 2014 generations at the Faculty of Economics, State University of Jakarta ever repeated use Sedaap brand products totaling 136 people. The sampling technique by using Simple Random Technique. This technique is used based on the consideration that each element or member of the population have an equal chance to be selected as a sample. This technique is used in the hope of a data representation of the population. Samples taken as many as 100 people by tables Isaac & Michael determination of the number of samples of a given population with a 5% error level. Brand Extension with Customer Loyalty resulted in a regression coefficient of 0.458 direction and produce a constant of 15.23. Thus, the relationship between the expansion of the Customer Loyalty Brand has a regression equation $Y = 15.23 + 0,458X$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with the test Liliefors produce $L_{count} = 0.080$ whereas L_{table} for $n = 100$ with a significance level of $0.05 = 0.089$. Because $L_{count} < L_{table}$, the estimated error of regression of Y on X is normal distribution. Linear regression, hypothesis testing is done by testing the significance of regression, the results of $F_{count} = 48.99 > F_{table} = 3.96$ indicates that the regression equation means. Then calculated the correlation coefficient $r_{xy} = 0.577$, the next to do is test the significance of the correlation coefficient with the results of $t_{count} = 7.00 > t_{table} = 1.68$ which can be concluded between the X variable and Y variable are positive and significant. And then result of test determination coefficient obtained by 33.33% and the remaining 66.67% influenced by other factors, namely product quality, brand knowledge, and competition.

Keywords: Brand Extension, Customer Loyalty

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PenanggungJawab
DekanFakultasEkonomi**



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

Nama	Jabatan	TandaTangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 19531117 198203 2 001	Ketua	
2. <u>Dita Puruwita, M.Si</u> NIP.19820908 201012 2 004	Sekretaris	
3. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032 001	PengujiAhli	
4. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Pembimbing I	
5. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP.195909181985032011	Pembimbing II	

TanggalLulus :

PERNYATAAN ORISINILITAS

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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Bekasi, Januari 2016

Yang membuat pernyataan,

Fahmi Alfian Haki
Nim.8135116590

LEMBAR PERSEMBAHAN

“Segalaupaya yang dibangun dengan keikhlasan dan kerjakeras, tidak terluputkan dari sikap dengki dan cemoohan orang lain yang memang terjangkit penyakit dengki, namun apabila kita yakin hanya Allah, maka Allah akan senantiasa menolong hamba-NYA yang ikhlas berjuang”.

(KH. Abdullah Gymnastiar)

Alhamdulillahirobbil'alamin...

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada kedua orang tua, Bapak Ahmad Masduki dan Ibu Hapsah, yang telah memperjuangkan masa depan saya dengan segala daya dan upaya yang tidak mudah hingga akhirnya saya dapat memperoleh gelar sarjana S1. *Dan rendahkanlah diri mu terhadap mereka berdua dengan penuh kesayangan dan ucapkanlah:*

Wahai Tuhanku, kasihilah mereka keduanya,

sebagaimana mereka berdua telah mendidik aku waktu kecil (QS. Al-Isra'

17:24). Tak lupa untuk ketiga adiknya: Arif Farchan Haki, Wildan Afifah Haki, dan Ahmad Fauzan Haki

yang telah memberikan semangat dan doa. Semoga Allah melimpahkan rahmat-

Nya kepada keluarga kita. Aamiin

Serta untuk *schatzi*, Dara Andhasari yang selalu memberikan dukungan, dan doa.

Tidak lupa juga kepada rekan-

rekan seperjuangan Berny dan Titi atas kebersamaan, menemani dan menjalani proses

akhir studi ini dengan sukses dan baik. Dan segala pihak yang

turutserta membantu dalam kemudahan penulisan skripsi ini

Saya ucapkan terima kasih semoga ridho Allah SWT selalu menyertai kalian.

Aamiin.

“A Dream you dream alone is only a dream. A dream you dream together is REALITY”

-John Lennon-

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kesabaran serta kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan antara Perluasan Merek dengan Loyalitas Pelanggan merek Sedaap pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Program Studi Tata Niaga, Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan banyak bimbingan, bantuan, saran serta dukungan moril dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dra. Rochayati, M.Pd selaku Dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Corry Yohana, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan Pembimbing Akademik yang telah membantu selama perkuliahan.

4. Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama masa perkuliahan
7. Pada mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran 2013 dan Program Studi Pendidikan Tata Niaga 2012, 2013, dan 2014 Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta atas bantuan dan kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
8. Kedua orang tua dan adik peneliti yang telah memberikan doa, dukungan moril maupun material kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan TN Reg 2010-2011 dan TN Non Reg 2011-2012 yang telah berjuang bersama saling memberikan bantuan, doa dan semangat.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan untuk perbaikan penulisan skripsi ini. Selanjutnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti sendiri maupun bagi pembaca.

Jakarta, Januari 2016

Peneliti