

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK,
PENGALAMAN MEREK, DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
PADA PENGGUNA MOBIL HONDA BRIO DI
JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : VALDA BERTHA

NPM : 115160156

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2020

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : VALDA BERTHA

NIM : 115160156

Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi

PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PENGALAMAN MEREK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA MOBIL HONDA BRIO DI JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 29 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Bapak Franky Slamet, S.E., M.M.
2. Anggota : Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T. • M.M dan Yenny Lego, S.E., M.M.

Jakarta, 06 Februari 2020

Pembimbing



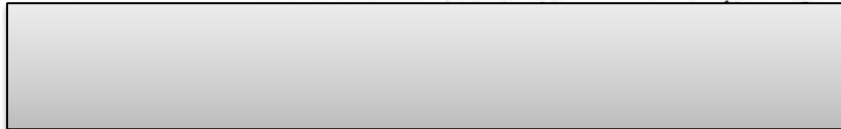
(Ye1111y Lego, S.E., M.M ..)



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : VAUDA BERTHA
 NPM (Nomor Pokok Mhs.) : 115160156
 Program Studi : S.1 Jurusan MANAJEMEN



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat / menyontek
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya
3. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan S.1 MANAJEMEN dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan di skors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, Januari 2020



nama lengkap mhs.

CATATAN :

1. Di fotocopy 5 X, untuk mahasiswa yang bersangkutan,
2. Asli dikembalikan ke Jurusan,
3. Harap dilampirkan pada setiap Soft Cover maupun Hard Cover Skripsi

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI JAKARTA

- (A) VALDA BERTHA (115160156)
- (B) PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PENGALAMAN MEREK, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA MOBIL HONDA BRIO DI JAKARTA BARAT.
- (C) xv + 83 Halaman, 2020, tabel 19, gambar 8, lampiran 6
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, terdapat pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, terdapat pengaruh pengalaman merek terhadap kepercayaan merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat. Sampel pada penelitian ini sebanyak 62 responden dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan aplikasi PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah kepercayaan merek dapat mempengaruhi loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, pengalaman merek dapat mempengaruhi loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, pengalaman merek dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif, pengalaman merek dapat mempengaruhi kepercayaan merek pada pengguna mobil Honda Brio di Jakarta Barat secara positif.
- (F) Daftar Pustaka 55 (1999-2018)
- (G) Yenny Lego, S.E., M.M.

ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
JAKARTA**

- (A) VALDA BERTHA (115160156)
- (B) THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, BRAND EXPERIENCE, AND CUSTOMER SATISFACTION ON BRAND LOYALTY AT HONDA BRIO CAR USERS IN WEST JAKARTA.
- (C) xv + 83 pages, 2020, 19 table , 8 pictures, 6 attachments
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) ***Abstract:*** *The purpose of this study is to examine whether there is a positive influence of brand trust on brand loyalty of Honda Brio car users in West Jakarta, there is a positive influence of brand experience on brand loyalty of Honda Brio car users in West Jakarta, there is a positive influence customer satisfaction on brand loyalty to Honda Brio car users in West Jakarta, there is a positive influence of brand experience on customer satisfaction of Honda Brio car users in West Jakarta, there is a positive influence of brand experience on brand trust of Honda Brio car users in West Jakarta. The population in this study are Honda Brio car users in West Jakarta. The sample in this study are 62 respondents using nonprobability sampling techniques with purposive sampling. This study uses the application of PLS-SEM. The results of this study are brand trust can affect brand loyalty to Honda Brio car users in West Jakarta positively, brand experience can affect brand loyalty to Honda Brio car users in West Jakarta positively, customer satisfaction can affect brand loyalty to Honda Brio car users in West Jakarta positively, brand experience can affect customer satisfaction of Honda Brio cars in West Jakarta positively, brand experience can affect brand trust in Honda Brio car users in West Jakarta positively.*
- (F) Daftar Pustaka 55 (1999-2018)
- (G) Yenny Lego, S.E., M.M.

“Never give up. Today is hard, tomorrow will be worse, but the day after
tomorrow will be sunshine.” – Jack Ma