

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY DAN BRAND
LOYALTY TERHADAP REPURCHASE DECISION PADA KONSUMEN
MAZDA SHOWROOM PURI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : RIO PRATAMA SINARDI

NIM : 115140217

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
2019**

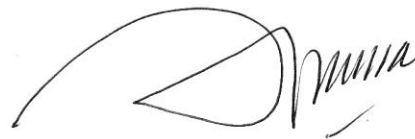
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RIO PRATAMA SINARDI
NIM : 115140217
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *BRAND IMAGE, PERCEIVED
QUALITY* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP
REPURCHASE DECISION PADA KONSUMEN
MAZDA SHOWROOM PURI

Jakarta, 16 Januari 2019

Dosen Pembimbing,



(Dra. Zahrida Z. Wiryawan, M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI

NAMA : RIO PRATAMA SINARDI
NO. MAHASISWA : 115140217
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED
QUALITY DAN BRAND LOYALTY
TERHADAP REPURCHASE DECISION PADA
KONSUMEN MAZDA SHOWROOM PURI

Tanggal sidang : 25 Maret 2019

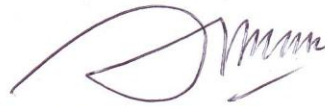
Ketua Penguji



(Dr. Cokki S.E., M.M.)

Tanggal sidang : 25 Maret 2019

Anggota Penguji



(Dra. Zahrida Zainal Wiryawan., M.M.)

Tanggal sidang : 25 Maret 2019

Anggota Penguji



(Happy Darmawan S.H., M.M.)

ABSTRAK

- (A) RIO PRATAMA SINARDI
- (B) PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY DAN BRAND LOYALTY TERHADAP REPURCHASE DECISION PADA KONSUMEN MAZDA SHOWROOM PURI
- (C) xiii + 52 halaman, 2018, tabel 23, gambar 3, lampiran 3.
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *brand image*, *perceive quality* dan *brand loyalty* terhadap *repurchase decision* pada konsumen mazda showroom puri. Populasi penelitian adalah warga Jakarta yang pernah menjadi pengguna mazda. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Semua teknik analisis data menggunakan SPSS 21. Uji asumsi telah menunjukkan bahwa seluruh data telah lolos dari persyaratan asumsi. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *brand image*, *perceive quality* dan *brand loyalty* berpengaruh terhadap *repurchase decision* pada konsumen mazda showroom puri.
- (F) **Abstract:** This research was conducted with the aim to know whether there is influence of brand image, perceived quality and brand loyalty on repurchase decision to consumers in the mazda showroom puri. The study population is Jakarta citizen who has been a consumer of Mazda. Sampling method was done by purposive sampling. Methods of data collection was done by spreading questionnaires to 100 respondents. All data analysis techniques use SPSS 21. The assumption test has shown that all data has escaped the assumption requirements. The result of hypothesis testing shows that brand image, perceived quality and brand loyalty influence on repurchase decision to consumer in the mazda showroom puri.
- (G) Daftar Pustaka 46 (1994-2017)
- (H) Dra. Zahrida Zainal Wiryawan., M.M.