

SKRIPSI

**PREDIKSI KOMUNIKASI MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK PELANGGAN INNISFREE DI
JAKARTA DENGAN CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : SHERIN NATASHA

NPM : 115160337

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2020

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SHERIN NATASHA
NPM : 115160337
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI KOMUNIKASI MEREK TERHADAP
LOYALITAS MEREK PELANGGAN INNISFREE
DI JAKARTA DENGAN CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI

Jakarta, 30 Desember 2019

Pembimbing,



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sherin Natasha

NIM : 115160337

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi

Prediksi Komunikasi Merek terhadap Loyalitas Merek Pelanggan Innisfree di Jakarta dengan Citra Merek dan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Ronnie Resdianto Masman S.E., M.A., M.M.
2. Anggota : Herlina Budiono S.E., M.M.
Kurniati W. Andani S.E., M.M.

Jakarta, 22 Januari 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMY AND BUSINESS

JAKARTA

(A) Sherin Natasha (115160337)

(B) PREDICTION OF BRAND COMMUNICATION ON BRAND LOYALTY OF INNISFREE CUSTOMER IN JAKARTA WITH BRAND IMAGE AND BRAND TRUST AS A VARIABLE OF MEDIATION

(C) xiv + 117 page ; table 20; picture 9; attachment 4

(D) Marketing Management

(E) *Abstract : The purpose of this study is to find out 1) whether there is a prediction of Brand Communication on Brand Image 2) whether Brand Communication can predict Brand Trust 3) whether there is an influence of the Brand Image on Brand Trust 4) whether there is an effect of Brand Trust on Brand Loyalty. The population in this study are Innisfree products user in Jakarta Barat and that is used 150 respondents for the samples. Non probability sampling is the technique of this study and the method of data collection is convenience sampling. The result of this study are 1) Brand Communication can predict Brand Image significantly 2) Brand Communication hasn't a significant effect on Brand Trust 3) Brand Image can predict Brand Trust significantly 4) Brand Trust can predict Brand Loyalty significantly.*

(F) Reference (1988-2019)

(G) Herlina Budiono, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

- (A) Sherin Natasha (115160337)
- (B) PREDIKSI KOMUNIKASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PELANGGAN INNISFREE DI JAKARTA DENGAN CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
- (C) xiv + 117 hal ; tabel 20; gambar 9; lampiran 4
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak : Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui 1) apakah Komunikasi Merek dapat memprediksi Citra Merek 2) apakah Komunikasi Merek dapat memprediksi Kepercayaan Merek 3) apakah Citra Merek dapat memprediksi Kepercayaan Merek 4) apakah Kepercayaan merek dapat memprediksi Loyalitas Merek. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna produk Innisfree di Jakarta Barat dengan sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. *Non Probability Sampling* adalah teknik yang digunakan dalam melakukan penelitian ini dengan metode pengambilan sampel berupa *convenience sampling*. Penelitian ini memperoleh hasil berupa 1) Komunikasi Merek dapat memprediksi Citra Merek secara signifikan 2) Komunikasi Merek tidak dapat memprediksi Kepercayaan Merek secara signifikan 3) Citra Merek dapat memprediksi Kepercayaan Merek secara signifikan 4) Kepercayaan Merek dapat memprediksi Loyalitas Merek secara signifikan.
- (F) Daftar Pustaka (1988-2019)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M