

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNIQLO DI
JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH

NAMA : MARSELLINA

NIM : 115150232

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2019

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MARSELLINA
NIM : 115150232
PROGRAM JURUSAN : S1 MANAJEMEN
MATA KULIAH KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN UNIQLO DI
JAKARTA

Jakarta, 1 Juli 2019

Pembimbing,



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

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : MARSELLINA
NIM : 115150232
PROGRAM JURUSAN : S1 MANAJEMEN
MATA KULIAH KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK
DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN UNIQLO DI
JAKARTA

Tanggal: 26 Juli 2019

Ketua Penguji



(Frangky Slamet, S.E., M.M.)

Tanggal: 26 Juli 2019

Anggota Penguji



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

Tanggal: 26 Juli 2019

Anggota Penguji



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

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

ABSTRAK

- (A) MARSELLINA (115150232)
- (B) PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UNIQLO DI JAKARTA
- (C) xiv+ 67 Halaman, 2019, tabel 24, gambar 7, lampiran 5
- (D) PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untul mengetahui 1) apakah terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan 2) apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Uniqlo di Jakarta. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden pelanggan Uniqlo di Jakarta. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel *convenience sampling*. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini yaitu 1) kepercayaan merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Jakarta, 2) citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Uniqlo di Jakarta.
- (F) Daftar pustaka 75 (1992-2017)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

ABSTRACT

- (A) MARSELLINA (115150232)
- (B) *THE EFFECT OF BRAND TRUST AND BRAND IMAGE ON THE CUSTOMERS SATISFACTION IN JAKARTA*
- (C) xiv+ 67 pages, 2019, tables 24, pictures 7, attachments 5
- (D) *MARKETING*
- (E) *Abstract: The purpose of this study is to find out 1) whether there is an influence of brand trust on customer satisfaction 2) whether there is an influence of brand image on customer satisfaction. The population in this study were Uniqlo customers in Jakarta. The sample used in this study is 100 Uniqlo customers respondents in Jakarta. The technique in sampling used is non-probability sampling with convenience sampling method. Overall the results of this study are 1) brand trust has a significant and positive effect on the customers satisfaction in Jakarta, 2) brand image has a significant and positive effect on the customers satisfaction in Jakarta.*
- (F) *Reference List* 75 (1992-2017)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M