

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PADA
MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI TINDER DI
UNIVERSITAS BAKRIE**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



HARZA ASTRID

1161001128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Harza Astrid

NIM : 1161001128

Tandatangan : 

Tanggal : 22 Juli 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Harza Astrid

NIM : 1161001128

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tinder di Universitas Bakrie.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing:

Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D.


(.....)

Penguji 1:

Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M.


(.....)

Penguji 2:

Anon Kuswardono, S.E., M.B.A.


(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Agustus 2020

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Tinder di Universitas Bakrie”**.

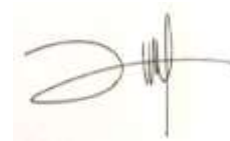
Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua dan kakak-kakak saya yang telah memberikan bantuan dukungan doa, material dan moral;
2. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
3. Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk menguji dan memberikan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini;
4. Bapak Anon Kuswardono, S.E., M.B.A. selaku Dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk menguji dan memberikan saran demi perbaikan Tugas Akhir ini;
5. Seluruh Dosen dan Admisi Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah membuka wawasan saya dalam berpikir dan membantu kegiatan perkuliahan selama 8 semester;
6. Mba Zahra Anisyah selaku Staf Program Studi Manajemen yang telah membantu penulis untuk memberikan informasi mengenai perkuliahan;
7. Seluruh teman-teman Universitas Bakrie yang telah membantu untuk mengisi kuesioner, memberikan dukungan serta semangat hingga selesainya Tugas Akhir ini;

8. Saskia Amelia dan Nadda Rachmadina yang telah memberikan bantuan dukungan, doa, semangat serta membuat dunia perkuliahan penulis berkesan;
9. Teman-teman penulis masa SMA yang telah memberikan bantuan dukungan, doa dan semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini;
10. Pihak-pihak lain yang tanpa penulis sadari telah sangat membantu terwujudnya Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 22 Juli 2020



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Harza Astrid
NIM : 1161001128
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI TINDER DI UNIVERSITAS BAKRIE

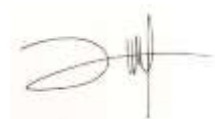
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 Juli 2020

Yang menyatakan



(Harza Astrid)

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PADA MAHASISWA PENGGUNA APLIKASI
TINDER DI UNIVERSITAS BAKRIE**

Harza Astrid - 1161001128

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pada mahasiswa pengguna aplikasi Tinder di Universitas Bakrie. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif menggunakan SPSS 25. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer menggunakan metode *non-probability purposive sampling* dengan mendistribusikan kuesioner *online* kepada responden (konsumen). Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan dan riset internet seperti buku, *e-book*, jurnal, skripsi dan publikasi terkait lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pada mahasiswa pengguna aplikasi Tinder di Universitas Bakrie.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, loyalitas pengguna, Tinder

***AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND
TRUST TOWARDS LOYALTY IN STUDENT USERS ON TINDER
APPLICATION AT BAKRIE UNIVERSITY***

Harza Astrid - 1161001128

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of brand image and brand trust towards loyalty in student users on Tinder application at Bakrie University. The method in this study is descriptive quantitative using SPSS 25. Primary data and secondary data used in this study. Primary data used non-probability purposive sampling by distributed online questionnaires to the respondents. This sample in this study were 100 respondents. The secondary data were obtained from library research and online research such as books, e-books, journals and other related publications. Results revealed that brand image and brand trust had a positive and significant effect either partially or simultaneous towards loyalty in student users on Tinder application at Bakrie University.

Keywords: brand image, brand trust, user loyalty, Tinder

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Ruang Lingkup	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16
2.1 Tinjauan Pustaka	16
2.1.1 Loyalitas Konsumen.....	16
2.1.2 Citra Merek.....	17
2.1.3 Kepercayaan Merek.....	18
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	23
2.4 Hipotesis.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek Penelitian	24
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4 Operasionalisasi Variabel	25
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.6 Sumber Data	28
3.7 Instrumen Penelitian	29
3.7.1. Uji Instrumen Penelitian	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reliabilitas	30
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif	30
3.8.2. Uji Asumsi Klasik (Uji Prasyarat Analisis)	31
a. Uji Normalitas	31
b. Uji Multikolinearitas	31
c. Uji Heteroskedastisitas	32
3.8.3. Uji Regresi Linier Berganda	32
3.8.4. Uji Hipotesis	33
a. Uji T (secara parsial)	33
b. Uji F (secara simultan)	33
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	35
4.1 Hasil Penelitian Karakteristik Responden	35
4.2 Hasil Uji Instrumen	36
4.2.1 Hasil Uji Validitas	36

4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	37
4.3	Hasil Uji Statistik Deskriptif	38
4.4	Uji Prasyarat Analisis (Asumsi Klasik).....	39
4.4.1	Uji Normalitas	39
4.4.2	Uji Multikolinearitas	40
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	41
4.5	Uji Regresi Linier Berganda.....	42
4.6	Uji Hipotesis.....	43
4.6.1	Uji T (secara parsial)	43
4.6.2	Uji F (secara simultan)	44
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.7	Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		48
5.1	Kesimpulan.....	48
5.2	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN.....		53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018	1
Gambar 1.2 Penetrasi Pengguna Internet Tahun 2018 Berdasarkan Umur	2
Gambar 1.3 Aplikasi Tinder adalah aplikasi kencana online terpopuler	6
Gambar 1.4 Penurunan Penjualan Aplikasi Tinder Tahun 2018	7
Gambar 1.5 <i>Review</i> Aplikasi Tinder di <i>App Store</i>	9
Gambar 1.6 Hasil Pra-Survei Citra Merek Aplikasi Tinder	11
Gambar 1.7 Hasil Pra-Survei Kepercayaan merek Aplikasi Tinder	12
Gambar 1.8 Hasil pra-Survei Loyalitas Pengguna Aplikasi Tinder	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3.1 Skala <i>Semantic Differential</i>	29

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kuesioner	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	38
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	42