

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI
TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK PADA
DEALER SEPEDA MOTOR YAMAHA
CV. MATARAM SAKTI JEPARA**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh :

AHMAD DODI HIDAYAT

NIM : 30401210560

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI
SEMARANG
2017**

**Halaman Pengesahan
Skripsi**

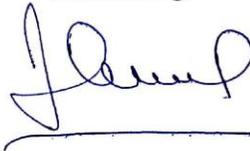
**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI TERHADAP
KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK PADA DEALER SEPEDA
MOTOR YAMAHA CV. MATARAM SAKTI JEPARA**

Disusun Oleh :
Ahmad Dodi Hidayat
Nim : 30401210560

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, Februari 2017

Pembimbing,



Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

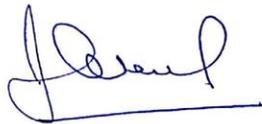
Nama : Ahmad Dodi Hidayat
NIM : 30401210560

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul: “ **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK PADA DEALER SEPEDA MOTOR YAMAHA CV. MATARAM SAKTI JEPARA**” dan diajukan untuk diuji pada tanggal September 2016, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara mengambil atau meniru kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Saya bersedia menarik skripsi yang saya ajukan, apabila terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain yang seolah olah tulisan saya sendiri. Saya bersedia bila gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas dibatalkan.

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM

Semarang, Maret 2017
Yang memberi pernyataan



Ahmad Dodi Hidayat

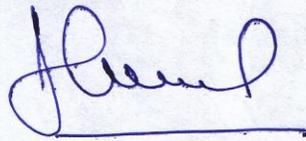
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

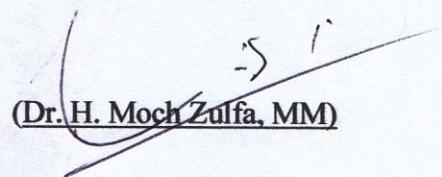
Tanggal : Maret 2017

Pembimbing



(Prof. Dr. Hj. Wuryanti, MM)

Penguji I



(Dr. H. Moch Zulfa, MM)

Penguji II



(Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM)



Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

(Dra. Hj. Alifah Ratnawati, MM)

ABSTRAKSI

Loyalitas konsumen dapat terwujud apabila perusahaan dapat menemukan sebuah solusi tepat dalam bertahan dan memenangkan persaingan. salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan-perusahaan itu adalah membangun hubungan dekat dengan para pelanggannya dengan cara menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Tujuan dalam penelitian ini adalah : untuk menganalisis pengaruh citra merek dan komunikasi terhadap kepercayaan. Untuk menganalisis pengaruh citra merek, komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha di dealer CV. Mataram Sakti Jepara, adapun sampel yang di peroleh dengan teknik pengambilan sampel accidental sampling adalah sebanyak 100 responden. Jenis data yang dipergunakan adalah data primer, dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Alat analisis yang dipergunakan adalah path analysis.

Hasil pengujian di peroleh hasil : citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Komunikasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Komunikasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Citra Merek, Komunikasi, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(Qs. Al Baqoroh:45)

“ sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila telah selesai (urusan dunia) bersungguh- sungguhlah (dalam beribadah). Dan hanya kepada Tuhan-Mu lah ber harap”

(Qs. Al Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat hidayahNya, sehingga Skripsi tentang “ ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KOMUNIKASI TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS MEREK PADA DEALER SEPEDA MOTOR YAMAHA CV. MATARAM SAKTI JEPARA ” dapat diselesaikan dengan baik.

Adapun maksud dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menempuh Skripsi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala yang dibutuhkan dalam penulisan Skripsi ini, perkenankanlah penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Wuryanti , MM, selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran membimbing dan mengarahkan penulis hingga Skripsi ini selesai.
2. Ibu Olivia Fachrunnisa, SE, MSi, PHD, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sebagai dasar penulisan Skripsi ini.

4. Bapak, Ibu, dan saudaraku yang selalu memberikan doa dan bantuannya baik moril maupun materiil sehingga Skripsi ini bisa selesai.
5. Sahabat-sahabat tercinta.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyusunan Skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari akan kekurangsempurnaan penulisan Skripsi ini. Oleh sebab itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan agar kelak dikemudian hari dapat menghasilkan karya yang lebih baik.

Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Semarang, Maret 2017

Penulis,



AHMAD DODI HIDAYAT