

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK GO-JEK

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat menempuh Sidang Sarjana
Strata 1 (S-1)**

Oleh

MAHARDI BOGI SEPTIANA

1352203



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2017**

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND BRAND TRUST JOINTLY ON BRAND LOYALTY OF GO-JEK

A THESIS

In Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree of Bachelor of Science in Management

By

MAHARDI BOGI SEPTIANA

1352203



**MANAGEMENT DEPARTMENT
FACULTY OF ECONOMICS
MARANATHA CHRISTIAN UNIVERSITY
BANDUNG
2017**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahmat, karunia dan hidayah-Nya, kepada umatnya yang serius dalam urusan dunia dan akhiratnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Go-jek”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, pengarahan, kritik dan saran yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Ir Yedi Kusmayadi selaku ayah, Yusy Susana selaku ibu, serta saudara-saudara Anggi Fajar Akbar, Calistanya Adimutia kansa dari penulis yang telah memberikan motivasi, semangat, doa dan dukungan moril maupun materil selama penyusunan skripsi ini.
3. Chandra Kuswoyo, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, tenaga, kesabaran, serta memberikan dorongan, motivasi, dan ilmu pengetahuan kepada penulis selama pembuatan skripsi.
4. Dr. Mathius Tandiontong S.E., M.M., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
5. Nonie Magdalena, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1-Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
6. Drs. Iwan Hanafi Liwanto, M.M. selaku dosen wali yang selalu memberikan dorongan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha atas segala ilmu yang diberikan selama masa perkuliahan yang sangat berharga untuk penulis.

8. Kepada Reynetha Ayudya Novrilia, septiana family, bemo squad dan seluruh sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan, doa, dan motivasi serta saling berbagi pengalaman, pikiran dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Semua teman seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha angkatan 2013 yang telah membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, dukungan dan doanya.

Akhir kata, Semoga Allah SWT senantiasa akan membalas segala kebaikan, pengorbanan dan kerja sama dari semua pihak yang telah berkontribusi dan membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi khususnya dari pembaca pada umumnya.

Bandung, Mei 2017

Mahardi Bogi Septiana