DAMPAK KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SPOTIFY

TUGAS AKHIR

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

Oleh
RAKA PRATAMA JUANDA PUTRA
1352222

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2019

THE IMPACT OF BRAND TRUST AND BRAND IMAGE ON SPOTIFY BRAND LOYALTY

A THESIS

In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree of Bachelor Program in Management

By
RAKA PRATAMA JUANDA PUTRA
1352222

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG
2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Allah SWT, karena atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "DAMPAK KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK SPOTIFY". Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tugas akhir ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan hati yang terbuka sebagai bahan perbaikan dan untuk menambah wawasan di masa yang akan datang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan tugas akhir ini:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberi kelancaran dalam pembuatan skripsi, kekuatan, ketekunan, kesabaran, dan kesehatan. Sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kepada keluarga tercinta, Ayah Edy Djuanda, Ibu Listy Lisdianty, adik Muhammad Gustiray yang telah mendukung baik dari doa, semangat, kasih sayang, dan perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Yth. Ibu Dr. Hj. Anny Nurbasari, S.E., M.P. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis sampai menyelesaikan skripsi ini dengan baik selama di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha.
4. Yth. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, M.T., selaku Wakil I Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.

5. Yth. Bapak Dr. Peter, S.E, M.T., selaku Wakil II Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
6. Yth. Bapak Dr. Jahja Hamdani Widjaja, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
7. Yth. Ibu Sherlywati, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha Bandung.
8. Yth. Ibu Dr. Ratna Widiastuti, M.T., selaku Dosen Wali yang memberikan petujuk dan arahan penulis selama berada di bangku kuliah.
9. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang telah mendidik dan mengajar penulis selama masa kuliah.
10. Kepada Galuh Anggarani, Puja Nur Kholifah, Hanny Gautami, Neil, Syahril, Ivan, Egi, Kiki, Aldi, Vando Dissa, Diedra, Vico, Arman, Akbar yang selalu mendukung saya dalam skripsi ini.
11. Rekan-rekan dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata, semoga Tuhan selalu melimpahkan kasih dan berkat-Nya kepada semua pihak atas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan. Semoga skripsi ini dapat berguna dan memberi nilai tambah serta wacana bagi semua pihak yang membacanya.

Bandung, Juni 2020

Raka Pratama Juanda Putra