

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN KEPUASAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA TV KABEL DENAI DI KOTA
PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Andalas**



Diajukan Oleh:

RAFI ALHAQ PRATAMA

1510551011

Pembimbing:

Jauharry, SE., MM

NIP. 197806022009121001

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
KAMPUS II PAYAKUMBUH**

2019



No. Alumni Universitas

RAFI ALHAQ PRATAMA

No. Alumni Fakultas

a)Tempat/tgl lahir: Padang, 27 Januari 1997 b) Nama Orang Tua: PALUYO dan KARTINI c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1510551011 f) Tanggal Lulus: 11 Juli 2019 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,24 i) Lama Studi: 3 Tahun 11 Bulan h) Alamat Orang Tua: Perumnas Salasah Indah Blok M No 17, Jorong Batang Salosa, Kab. Sijunjung, Sumatera Barat.

Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek Pada TV Kabel Denai di Kota Payakumbuh

Skripsi oleh: Rafi Alhaq Pratama
Pembimbing: Jauharry, SE., MM

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek pada TV Kabel Denai di kota Payakumbuh. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan merek, kepuasan konsumen, persepsi kualitas, persepsi nilai, kualitas pelayanan terhadap loyalitas merek TV Kabel Denai. Ukuran sampel adalah 120 responden. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan metode *convenience sampling* yaitu pemilihan sampel yang dipilih tidak direncanakan terlebih dahulu, melainkan secara kebetulan, yaitu unit atau subjek tersedia bagi peneliti saat pengumpulan data dilakukan, dan penarikan sampel secara kebetulan. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat bantu *software SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan Kepercayaan merek menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, Kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek, Kepuasan konsumen menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas merek, Persepsi kualitas menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, Persepsi nilai menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepercayaan merek, Persepsi nilai menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, Persepsi nilai menunjukkan pengaruh positif tidak signifikan terhadap kepercayaan merek.

Kata Kunci: Loyalitas Merek, Kepercayaan Merek, Kepuasan Konsumen, Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas, Kualitas pelayanan.

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama :	Jauharry, SE., MM NIP.197806022009121001	Agetayani, SE., MM NIP. 196510291985031001	ERIZAL N, SE., MM NIP.196610181993031001

Mengetahui,

Koordinator

FEUA II Payakumbuh : Lukman, SE.,MSi
NIP: 196411231993031003

Tanda Tangan

Alumnas telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnas :

Petugas Fakultas / Universitas		
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan