

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA MAJALAH KAWANKU DI KECAMATAN
BEKASI UTARA**

**CARLA ISYA ANGGRAINI
8223118200**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CONSUMERS
LOYALTY AT KAWANKU MAGAZINE IN DISTRICT NORTH
BEKASI**

**CARLA ISYA ANGGRAINI
8223118200**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

**STUDI PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
DEPARTEMENT MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

ABSTRAK

CARLA ISYA ANGGRAINI. 2014. 8223118200. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Majalah KaWanku Di Kecamatan Bekasi Utara. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui tentang tingkat loyalitas konsumen terhadap majalah KaWanku dan berapa besar pengaruh *brand image* majalah KaWanku terhadap loyalitas konsumen di Kecamatan Bekasi Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, statistik inferensial, dan regresi linier sederhana. Dengan metode pengumpulan data melalui penelitian pustaka dan penelitian lapangan.

Dari hasil penulisan dapat diketahui bahwa tingkat *brand image* dan loyalitas konsumen pada majalah kaWanku di Kecamatan Bekasi Utara sudah baik, dengan tingkat *brand image* sebesar 42.23% dan tingkat loyalitas konsumen sebesar 37.22%. Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada majalah KaWanku di Kecamatan Bekasi Utara.

Kata Kunci : *Brand Image*, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

CARLA ISYA ANGGRAINI. 2014. 8223118200. Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Majalah KaWanku Di Kecamatan Bekasi Utara. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

This paper has a purpose to know about the influence of brand image towards consumer loyalty decision at magazine KaWanku in the district North Bekasi. Research method that used is the analysis of descriptive statistics, inferential statistics, and simple linear regression. With this method of data collection through library research and field research.

From writing result can be seen that the level of brand image and customer loyalty in a magazine my friend in the District of North Jakarta has been good, with a rate of 42.23% brand image and customer loyalty rate of 37.22%. And it can be concluded that there are significant brand image on consumer loyalty to the magazine my friend in the District of North Jakarta.

Key Word: Brand Image, Consumer Loyalty

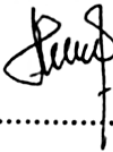
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 196206231990032001

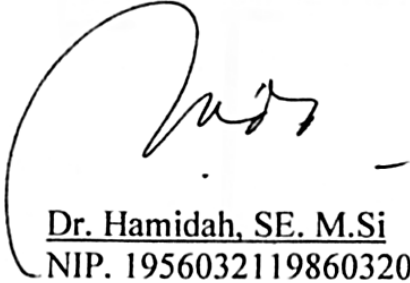

.....

15 Juli 2014
.....

Ketua Jurusan Manajemen,


Jakarta, 15 Juli 2014

Ketua Program Studi


Dr. Hamidah, SE. M.Si
NIP. 195603211986032001
Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Dekan Fakultas Ekonomi-Universitas Negeri Jakarta



Drs. Dedi Purwana E.S., M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
------	--------------	---------

Ketua Penguji

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002



22 Juli 2014

Penguji Ahli

Agung Kresnamurti, ST., MM.
NIP. 197404162006041001



21 Juli 2014

Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 196206231990032001



18 Juli 2014

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut asma Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Segala puji dan syukur, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah yang berjudul : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Majalah KaWanku di Kecamatan Bekasi Utara.,

Karya Ilmiah ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya di Jurusan Manajemen Pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama penyusunan Karya Ilmiah ini, penulis mengalami cukup banyak kendala, namun hal tersebut dapat dilalui dengan doa, usaha, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dra. Sholikhah, MM selaku dosen pembimbing Karya Ilmiah.
2. Drs. Dedi Purwana E.S., M. Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE, M. Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Kepala Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Dosen dan Staf pengajar yang telah membantu memperluas pengetahuan penulis dalam menempuh studi.
6. Bambang Wiyarno dan Rusmiati, selaku orang tua penulis yang telah memberikan dukungan baik berupa moral maupun material.
7. Sahabat-sahabat perjuangan Zahra Darda Zerlinda, Ahmad Fahrozi, Khodijah Amini dan rekan-rekan mahasiswa khususnya Manajemen Pemasaran 2011 terimakasih atas bantuan dan motivasinya.
8. Serta sahabat SMA Wirmala Agustine, Luxy Mawar Octafia, Lita Aprilia terimakasih karena selalu mendukung.

Penulis menyadari bahwa karya Ilmiah ini masih jauh dari sempurna, karena keterbatasan dan kekurangan yang penulis miliki, namun penulis mengaharapkan berbagai kritik dan saran yang dapat membangun agar Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2014

Praktikan