

PERSETUJUAN PEMBIMBING
PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN MOBIL TOYOTA MEREK AVANZA PADA
PT. HASJRAT ABADI KOTA GORONTALO

SKRIPSI

Oleh

RIKA H. ANI
931417050

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I


Pembimbing II


Dr. Raffin Hineho, S.Pd, M.Si
NIP. 197306181999031001


Ramlan Amir Isa, SE, MM
NIP. 197508282006041001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si
NIP. 198307162009121006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
PELANGGAN MOBIL TOYOTA MEREK AVANZA PADA
PT. HASJRAT ABADI KOTA GORONTALO

SKRIPSI

Oleh

RIKA H. ANI

931417050

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Rabu, 15 September 2021

Waktu : 10.00 WITA

Penguji:

1. Dr. ZAINAL ABIDIN UMAR, M.Si 1.....
NIP. 196902082001121001
2. YAYU ISYANA PONGOLIU, SE., M.Sc 2.....
NIP. 198301042005012002
3. Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd., M.Si 3.....
NIP. 197306181999031001
4. RAMLAN AMIR ISA, SE, MM 4.....
NIP. 197508282006041001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Gorontalo



Dr. Muhammad Amir Arham, M.E
NIP. 197207252006041002

ABSTRAK

Rika H Ani. NIM. 931417050. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota Merek Avanza Pada PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo. Skripsi, Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan dari Bapak Raflin Hinelu, S.Pd, M.Si dan Bapak Ramlan Amir Isa, SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Mobil Toyota Merek Avanza Pada PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang konsumen yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan sehingga data dalam penelitian ini merupakan data primer. Analisis data dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Brand Image* mempunyai pengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian nilai R square adalah sebesar 0,228. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 22,8% variabel Kepuasan Pelanggan di PT Hasjrat Abadi Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh *Brand Image*, sedangkan sisanya 77,2 % dapat dijelaskan oleh varibel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Rika H. Ani. Student ID Number 931417050. "The Impact of Brand Image on the Toyota Avanza Customer Satisfaction at PT Hasjrat Abadi of Gorontalo City". Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. The principal supervisor is Raflin Hineho, S.Pd., M.Si. and the co-supervisor is Ramlan Amir Isa, SE, MM.

The study aims to determine the impact of brand image on the Toyota Avanza customer satisfaction at PT. Hasjrat Abadi of Gorontalo City. The study employs a quantitative method, and the populations involved in this study are entire customers who have purchased Toyota Avanza at PT. Hasjrat Abadi of Gorontalo City, whereas the samples are 60 people. The study instrument used is questionnaire with Likert scale containing five alternatives of answer. The technique of data analysis uses simple regression analysis. -

The study's finding indicates that partially, the brand image owns a significant impact on customer satisfaction as it is shown by value of R Square for 0,228. The value signifies that 22.8% of variable of customer satisfaction at PT. Hasjrat Abadi of Gorontalo City can be elaborated by the brand image, while the rest 77.2% can be elaborated by other variables excluded in this study.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction

