

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN EKUITAS  
MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN STUDI  
KASUS PENJUALAN ALBUM K-POP “HOT SAUCE” DI  
JAKARTA)**



**DEBBY MUCHAFILANNY**

**NIM: 4517030030**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Sain Terapan**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
2021**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## ABSTRAK

DEBBY MUCHAFILANNY. Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek terhadap Kepercayaan konsumen (Studi Kasus Penjualan Album *K-Pop Hot Sauce* di Jakarta). Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan antara Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek terhadap Kepercayaan konsumen dalam penjualan album *Hot Sauce* di Jakarta. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan atau yang perkepentingan sebagai bahan pertimbangan untuk mencari atensi agar mencapai Kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, serta jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya dan dengan perhitungan sampel menggunakan rumus menurut Cochran sehingga jumlah sampel sebanyak seratus responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan studi literature dan penyebaran kuesioner. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi  $R^2$ , uji T, dan uji F. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 25.0 for MacOS. Hasil penelitian ini berdasarkan hasil korelasi secara parsial: (a) komunikasi pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen sebesar 78,68%, (b) ekuitas merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen sebesar 74,99%. Berdasarkan korelasi secara simultan komunikasi pemasaran dan ekuitas merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan sebesar 92.1%. Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,831. Hal tersebut berarti bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 83,1% dan 16,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti *electronic word of mouth* maupun *word of mouth*, daya beli, promosi, kepuasan konsumen, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian, komunikasi pemasaran memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kepercayaan konsumen pada studi kasus penjualan album *K-Pop Hot Sauce* di Jakarta.

**Kata Kunci:** Komunikasi Pemasaran, Ekuitas Merek, dan Kepercayaan konsumen.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**ABSTRACT**

DEBBY MUCHAFILANNY. *Customer trust and the Influence of Marketing Communication and Brand Equity (Case Study of Hot Sauce K-Pop Album Sales in Jakarta)*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic 2021.

*The purpose of this study is to determine and analyze the partial and concurrent effect of Marketing Communication and Brand Equity on Hot Sauce album sales in Jakarta. Furthermore, this research is expected to be a material consideration for companies or individuals with interests in seeking attention in order to achieve Customer trust. The research method used in this study includes causal associative research with a quantitative approach, as well as a number of populations whose exact number is unknown, and the sample calculation uses Cochran's formula so that the number of samples is one hundred respondents, with the sampling method using purposive sampling. A literature review and questionnaire distribution were used to collect data. The validity and reliability tests are used in instrument testing, while the data analysis method employs multiple linear regression analysis, the coefficient of determination R<sup>2</sup> test, T test, and F test. The SPSS software version 25.0 for MacOS was used to process the data in this study. This study's findings are based on partial correlation results: (a) marketing communication has a positive and significant effect on customer trust by 78.68%, and (b) brand equity has a positive and significant effect on customer trust by 74.99%. Based on the simultaneous correlation of marketing communication and brand equity, it has an 92.1 percent positive and significant effect. According to the findings of the analysis, the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.831. This means that the independent variable influences the dependent variable 83.1 percent of the time, while the remaining 16.9 percent is influenced by variables other than those used in this study, such as electronic word of mouth and word of mouth, purchasing power, promotions, consumer satisfaction, etc. Based on the results of the study, marketing communication has a more dominant influence on customer trust in the case study of selling K-Pop Hot Sauce albums in Jakarta.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Brand Equity, and Customer trust.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Debby Muchafilanny  
NIM : 4517030030  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Ekuitas Merek Terhadap Kepercayaan Konsumen Studi Kasus Penjualan Album K-Pop “Hot Sauce” Di Jakarta)

Jakarta, 6 Desember 2021

Pembimbing II

Pembimbing I

Ni Made Widha, S.E., M.M  
NIP 1964050719920121001

Fotiana Zain Hamid, S.E., M.Si  
NIP 1958112011090032001

Mengetahui Ketua Jurusan  
Administrasi Niaga



Dr. Dwi Dwi Martana, M.Si

NIP 196501311969052001



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Debby Muchafilanny  
NIM : 4517030030  
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan  
Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek Terhadap Kepercayaan konsumen (Studi Kasus Penjualan Album *K-POP "Hot Sauce"* di Jakarta).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 14 Januari  
Waktu : 08:00 – 09.00 WIB

**TIM PENGUJI**

Ketua Sidang : Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si  
NIP 195811201989032001  
Penguji 1 : Dra. Tuti Hartati, M.si  
NIP 1957053119988122001  
Penguji 2 : Riza Hadikusuma, M.Ag  
NIP 197404032001121002

.....  
.....  
.....



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, baik di Politeknik Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Jakarta, 9 Desember 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Debby Muchafilanny

NIM 451703030



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek Terhadap Kepercayaan konsumen (Studi Kasus Penjualan Album *K-POP "Hot Sauce"* di Jakarta) sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi, Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa proses penelitian ini tidak terlepas dari partisipasi, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Eng. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Husnil Barry, S.E., M.S.M. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Fortuna Zain Hamid, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan, saran dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ni Made Widhi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, saran dan arahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.
7. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan penulis sehingga diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Teman-teman dan senior Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu kelancaran penelitian dan penyusunan skripsi.
10. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun agar menjadi bahan evaluasi bagi penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, maupun pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 6 Desember 2021

Debby Muchafilanny  
NIM 4517030030

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>10</b>
1.1 Latar Belakang .....	10
1.2 Identifikasi Masalah .....	16
1.3 Pembatasan Masalah .....	16
1.4 Perumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>19</b>
2.1 Kerangka Teori.....	19
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	19
2.1.2 Ekuitas Merek .....	22
2.1.3 Kepercayaan Konsumen.....	24



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.2	Hasil Penelitian/Jurnal yang Relevan .....	26
2.3	Deskripsi Konseptual .....	31
2.4	Perumusan Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian .....	33
3.1.1	Waktu Penelitian .....	33
3.1.2	Tempat Penelitian.....	33
3.2	Metode Penelitian.....	34
3.2.1	Populasi dan Sampel .....	34
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.2.3	Teknik Pengelolaan Data .....	42
3.2.4	Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1	Hasil Rekapitulasi Data .....	49
4.1.1	Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> .....	49
4.1.2	Hasil Uji Reabilitas <i>Pre-Test</i> .....	53
4.1.3	Karakteristik Responden .....	55
4.1.4	Hasil Rekapitulasi Responden.....	60
4.2	Hasil Analisis Data .....	81
4.2.1	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	81
4.2.2	Analisis Uji Hipotesis .....	84
4.3	Pembahasan .....	88



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>91</b>
5.1    Kesimpulan.....	91
5.2    Saran.....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>97</b>





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Data Penjualan Album NCT Dream (Peringkat 1).....	13
Gambar 1. 2 Data Penjualan SM Entertainment (Peringkat 1) .....	13
Gambar 1. 3 Data Penjualan Album Album HYBE (Peringkat 2) .....	14
Gambar 1. 4 Data Penjualan Album YG Entertainment (Peringkat 3).....	14
Gambar 2. 1 Gambar Deskripsi Konseptual .....	31
Gambar 3. 1 Variabel Penelitian .....	34
Gambar 4. 1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4. 2 Kategori Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4. 3 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Gambar 4. 4 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan .....	58
Gambar 4. 5 Kategori Responden Berdasarkan Total Pengeluaran Untuk Membeli Album <i>Hot Sauce</i> .....	59
Gambar 4. 6 Kategori Responden Berdasarkan Domisili .....	60
Gambar 4. 7 Grafik Histogram.....	82
Gambar 4. 8 Scatterplot.....	84



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2. 1 Jurnal Relevan.....	27
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	33
Tabel 3. 2 Skoring Skala Likert.....	37
Tabel 3. 3 Variabel Operasional.....	40
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Komunikasi Pemasaran( $X_1$ ).....	50
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Ekuitas Merek ( $X_2$ ).....	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas <i>Pre-Test</i> Variabel Kepercayaan konsumen (Y) ...	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel Komunikasi Pemasaran( $X_1$ )	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel Ekuitas Merek ( $X_2$ ).....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i> Variabel Kepercayaan konsumen (Y).	55
Tabel 4. 7 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_1$ Indikator Komunikasi Pemasaran <i>Advertising</i> .....	60
Tabel 4. 8 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_1$ Indikator Komunikasi Pemasaran <i>Sales Promotion</i> .....	62
Tabel 4. 9 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_1$ Indikator Komunikasi Pemasaran <i>Public Relations and Publicity</i> .....	64
Tabel 4. 10 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_1$ Indikator Komunikasi Pemasaran <i>Direct Marketing</i> .....	66
Tabel 4. 11 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_2$ Indikator Ekuitas Merek Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	67
Tabel 4. 12 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_2$ Indikator Ekuitas Merek Presepsi Merek ( <i>Percieved Quality</i> ).....	69
Tabel 4. 13 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_2$ Indikator Ekuitas Merek Asosiasi Merek.....	71
Tabel 4. 14 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel $X_2$ Indikator Ekuitas Merek Loyalitas Merek.....	72
Tabel 4. 15 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Y Kepercayaan konsumen Kehandalan.....	74



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4. 16 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Y Kepercayaan konsumen Kejujuran.....	76
Tabel 4. 17 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Y Kepercayaan konsumen Keperdulian .....	77
Tabel 4. 18 Hasil Rekapitulasi Responden Variabel Y Kepercayaan konsumen Kredibilitas .....	79
Tabel 4. 19 Hasil Uji Normalitas Kolmogorow-Smirnov .....	81
Tabel 4. 20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4. 21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	85
Tabel 4. 22 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	86
Tabel 4. 23 Uji Korelasi Secara Parsial .....	86
Tabel 4. 24 Uji Signifikan T .....	87
Tabel 4. 25 Hasil Uji Signifikansi F (Uji Simultan) .....	88

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	97
Lampiran 2 Data Tabulasi Pre-Test Komunikasi Pemasaran (X1).....	107
Lampiran 3 Data Tabulasi Pre-Test Ekuitas Merek (X2) .....	99
Lampiran 4 Data Tabulasi Pre-Test Kepercayaan konsumen (Y) .....	111
Lampiran 5 Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	113
Lampiran 6 Data Tabulasi Final Komunikasi Pemasaran (X1) .....	117
Lampiran 7 Data Tabulasi Final Ekuitas Merek (X2).....	122
Lampiran 8 Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis .....	127
Lampiran 9 Tabel T.....	130
Lampiran 10 Tabel F.....	131
Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup Peneliti .....	132

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi ini pertumbuhan dalam dunia bisnis semakin hari semakin berkembang dengan pesat yang diimbangi dengan persaingan sesama pelaku bisnis. Perkembangan yang pesat pada dunia bisnis di Indonesia membuat perusahaan harus mampu beradaptasi dengan segala perubahan yang ada agar bisa bersaing di pasar lokal maupun internasional. Perusahaan dapat mampu bersaing apabila perusahaan memiliki keunggulan dan perbedaan dari perusahaan lain. Perusahaan yang mampu bersaing juga harus menciptakan kepercayaan konsumen agar dapat memiliki hubungan jangka panjang dengan pelanggannya dan membuat pelanggan menjadi loyal. Kepercayaan konsumen dalam hal ini memiliki peranan yang cukup penting karena dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan keunggulan perusahaan melalui upaya-upaya komunikasi dalam pemasaran maupun ekuitas merek.

Kepercayaan konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan komunikasi dalam pemasaran dan ekuitas merek. Hal tersebut disebabkan adanya komunikasi yang baik dari perusahaan, kemudian adanya kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian serta adanya ekuitas merek dari perusahaan maka akan berdampak pada kepercayaan pelanggan. Dalam kegiatan bisnis, komunikasi menjadi sangat penting dan merupakan bagian dari bauran pemasaran. Karena itu, untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru, perusahaan biasanya melakukan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakter pelanggan targetnya, karena setiap orang memiliki karakter yang berbeda-beda dalam melakukan komunikasi.

Komunikasi adalah proses di mana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antar organisasi dan individu (Shimp, 2003:4 dalam Lestari dkk, 2019:62). Terlebih lagi masyarakat memiliki kebutuhan yang sangat





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kompleks. Agar informasi tentang barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen atau pelanggan bisa tersampaikan dengan baik oleh organisasi atau perusahaan maka diperlukan komunikasi pemasaran.

Komunikasi pemasaran adalah hal terpenting yang harus diperhatikan dari setiap perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa yang telah dihasilkan oleh perusahaan agar masyarakat tertarik untuk membeli produk tersebut. Komunikasi pemasaran adalah suatu proses dari promosi. Komunikasi pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak atau lembaga yang terlibat dalam pemasaran. Menurut Shimp (2014:4) dalam Lestari dkk (2019:62) komunikasi pemasaran terpadu atau yang sering disebut dengan Integrated Marketing Communication (IMC) merupakan suatu proses komunikasi yang memerlukan perencanaan, integrasi, dan implementasi dari berbagai elemen seperti iklan, promosi penjualan, penjualan pribadi, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan pemasaran dengan media di internet. Komunikasi pemasaran yang baik memiliki keterkaitan yang erat dengan ekuitas merek yang di mana merupakan salah satu hal yang terpenting juga agar perusahaan bisa menjaga nilai-nilai yang diberikan oleh masyarakat tentang barang atau jasa yang diproduksi.

Mengelola ekuitas merek sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena perusahaan dengan ekuitas merek yang kuat akan lebih mudah dalam membangun kepercayaan konsumen dan juga *customer management* yang optimal khususnya bagi perusahaan yang menjual produk di bagian *entertainment* yang nantinya akan mampu mendapatkan *customer* potensial dan mempertahankan *customer* yang telah ada. Ekuitas merek adalah kekuatan merek dalam pikiran, pengalaman, dan pengetahuan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Oleh karena itu, perusahaan harus mengenalkan produknya kepada masyarakat secara luas dengan memanfaatkan komunikasi pemasaran yang ada.

Menurut Cahyadi dan Santoso (2014) dalam Firdaus dan Suhaeni (2020) ekuitas merek adalah memberi nilai bagi perusahaan dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran, menciptakan kesetiaan konsumen pada merek,



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

meningkatkan keuntungan dan memenangkan kompetisi dengan pesaing lain. Ekuitas merek diyakini oleh perusahaan untuk membuat pelanggan atau konsumen tetap percaya kepada perusahaan atau organisasi. Ekuitas merek sangat berpengaruh dengan kepercayaan konsumen, di mana kebanyakan dari konsumen akan cenderung membeli kembali atau akan percaya kepada suatu merek ketika sudah memiliki berbagai liabilitas atau nilai yang telah diberikan karena sudah banyak masyarakat yang membeli, menilai produk atau jasa dan juga bahkan melakukan pembelian ulang tersebut maka terciptalah kepercayaan konsumen.

Kepercayaan konsumen menurut Jasfar (2009:167) dalam Slow (2013:1070) berpendapat kepercayaan adalah perekat yang memungkinkan perusahaan untuk mempercayai orang lain dalam mengorganisir dan menggunakan sumber daya secara efektif dalam menciptakan nilai tambah. Dilansir oleh YNA.co.kr orang yang berminat pada dunia industri hiburan *K-Pop* atau disebut *Hallyu* di dunia pada 2020 melonjak melonjak menjadi 104,770,000 seperti yang disampaikan *The Korea Foundation, a public diplomacy Organization* yang terletak di Seoul, Korea Selatan.

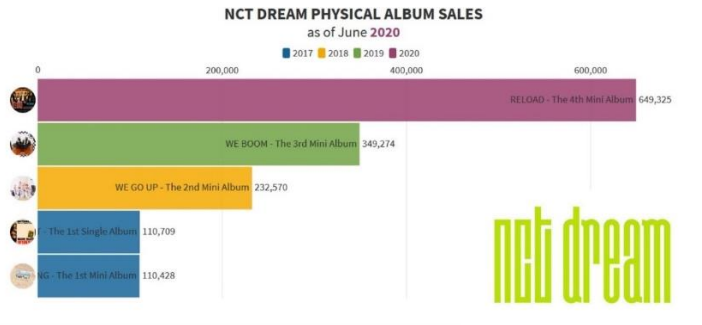
Budaya *K-Pop* sangat tidak asing lagi bagi banyak pemuda, perusahaan-perusahaan *entertainment* seperti *SM Entertainment* sudah sangat familimiar di telinga penggemar *K-Pop*. *SM Entertainment* adalah perusahaan hiburan Korea Selatan yang didirikan pada tahun 1995 oleh Lee Soo-man. Perusahaan ini sekarang menjadi salah satu perusahaan hiburan terbesar di Korea Selatan. Tidak hanya sekedar menghibur para penggemar *K-Pop* dengan eksistensi dari *boyband*, *girlband*, dan *soloistya*. Khususnya *NCT Dream* yang baru saja meluncurkan album baru mereka yang berjudul *Hot Sauce*.

*NCT Dream* adalah *boyband* yang berada dalam agensi *S.M. Entertainment* yang di mana debut sejak tahun 2016 lalu. Berikut adalah data penjualan album fisik *NCT Dream* dari 2016 sampai Juni 2020.



Hak Cipta :

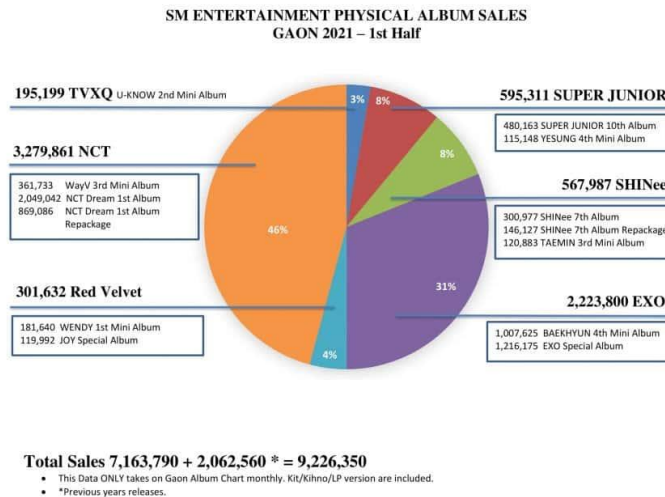
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 1 Data Penjualan Album NCT Dream (Peringkat 1)

Sumber : gaonchart.co.kr (dilansir 21 September 2021)

Pada data di atas menunjukkan bahwa penjualan tertinggi dari album NCT Dream yang berjudul “Reload” di mana mencapai 649,325 *copy* album fisik pada tahun 2020. Yang di mana SM *Entertainment* haurs mencari cara untuk membuat NCT Dream lebih meningkatkan penjualan album fisik dan lain sebagainya. Berikut data penjualan SM *Entertainment* dan 3 agensi besar Korea Selatan lainnya pada bulan Januari sampai Juni 2021.

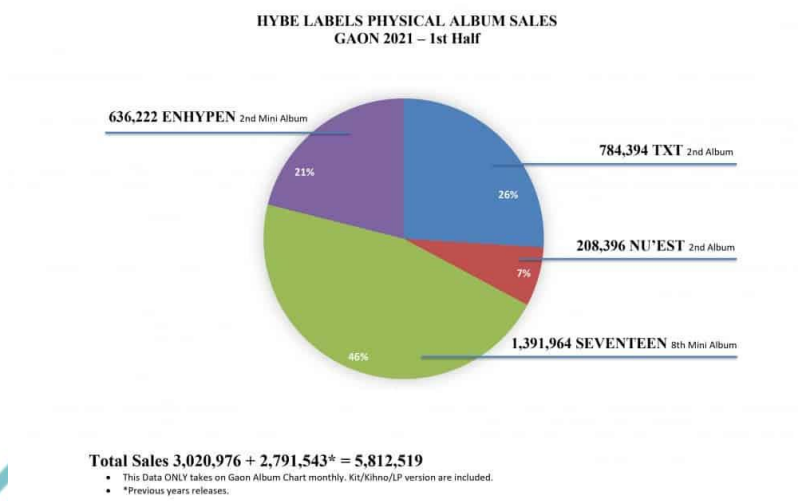


Gambar 1. 2 Data Penjualan SM Entertainment (Peringkat 1)

Sumber : kpopchart.net (dilansir 21 September 2021)

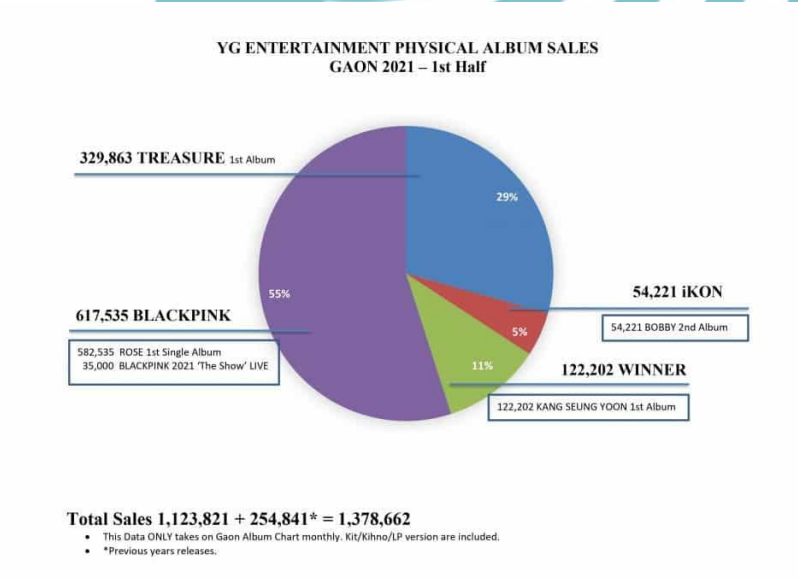
**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 1. 3** Data Penjualan Album Album HYBE (Peringkat 2)

Sumber : kpopchart.net (dilansir 21 September 2021)



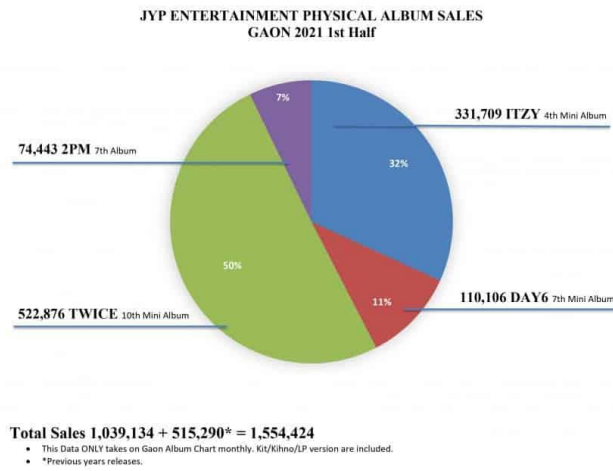
**Gambar 1. 4** Data Penjualan Album YG Entertainment (Peringkat 3)

Sumber : kpopchart.net (dilansir 21 September 2021)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1.5 JYP Entertainment (Peringkat 4)

Sumber : kpopchart.net (dilansir 21 September 2021)

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa SM Entertainment berhasil berada diperingkat ke-1 sebagai agensi yang paling banyak menjual album pada tahun 2021 berdasarkan perhitungan Gaon Chart. Cukup sangat bersaing dengan agensi-agensi lain di Korea Selatan yang berkecimpung dalam dunia Hallyu atau artinya adalah industri hiburan di Korea Selatan.

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa SM Entertainment berhasil menjual 7,163,790 juta copy album pada kuartal 1 setengah 2021. Di mana album Hot Sauce menduduki 2,049,042 juta copy album dari total penjualan SM Entertainment yang di mana mengalami peningkatan penjualan yang sangat pesat. Berdasarkan uraian di atas, penulis ingin meneliti apakah komunikasi pemasaran ini bisa membantu perusahaan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli karena informasi yang sudah diberikan dengan jelas dan juga apakah komunikasi pemasaran dan ekuitas merek berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen dan tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek Penjualan Album K-POP HOT SAUCE Terhadap Kepercayaan Konsumen”.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Apa saja hal yang dilakukan *SM Entertainment* pada masa penjualan album *Hot Sauce* dalam hal menjaga kepercayaan konsumen?
- b. Apakah ekuitas merek dapat lebih meningkatkan kepercayaan konsumen untuk membeli album *Hot Sauce*?
- c. Apakah komunikasi pemasaran yang dilakukan *SM and Stores* bisa membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli album *Hot Sauce* meskipun menggunakan sistem *pre-order*?
- d. Apakah komunikasi pemasaran dan ekuitas merek bisa meningkatkan kepercayaan konsumen dalam membeli album *Hot Sauce* yang diciptakan oleh *S.M Entertainment*?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah penulis paparkan di atas, perlu adanya batasan masalah sehingga pembatasan terfokus, jelas, dan terarah. Untuk penelitian ini hanya terfokus pada pengaruh komunikasi pemasaran dan ekuitas merek dalam penjualan album *Hot Sauce* terhadap menjaga kepercayaan konsumen.

## 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh komunikasi pemasaran dalam penjualan album *Hot Sauce* terhadap kepercayaan konsumen?
- b. Bagaimana pengaruh ekuitas merek dalam penjualan album *Hot Sauce* terhadap kepercayaan konsumen?



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Bagaimana pengaruh komunikasi pemasaran dan ekuitas merek terhadap kepercayaan konsumen dalam pembelian album *Hot Sauce* secara bersamaan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap kepercayaan konsumen pada konsumen yang membeli album *Hot Sauce*.
- b. Mengetahui pengaruh ekuitas merek terhadap kepercayaan konsumen pada konsumen yang membeli album *Hot Sauce*.
- c. Mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran dan merek terhadap kepercayaan konsumen pada konsumen pembeli album *Hot Sauce*.

### 1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### a. Manfaat Teoritis

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap mendapatkan banyak pengetahuan mengenai komunikasi konsumen dan ekuitas merek yang dapat berguna di kemudian hari.

#### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sarana untuk menambah wawasan dan latihan dasar bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu selama kuliah.
- 2) Bagi Pelaku Usaha/Organisasi, diharapkan penelitian ini bisa memberikan masukan kepada organisasi untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam melakukan aktivitas yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran dan ekuitas merek.



- 3) Bagi Kalangan Mahasiswa dan Akademisi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penambah pengetahuan dan bahan referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya.
- 4) Bagi Masyarakat, penelitian ini diharap dapat memberikan informasi mengenai keterkaitan antara Komunikasi Pemasaran, Ekuitas Merek, dan kepercayaan konsumen untuk membeli barang dengan sistem *pre-order*. Menjadi pertimbangan jika masyarakat ingin menjalani dan mengembangkan bisnis dalam sistem *pre-order*.

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh komunikasi pemasaran dan ekuitas merek terhadap kepercayaan konsumen penjualan album *Hot Sauce*, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil pengujian pada uji signifikansi t diperoleh variabel komunikasi pemasaran menunjukkan nilai thitung = 6,834 > ttabel = 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen (studi kasus penjualan album *k-pop "Hot Sauce"* di Jakarta). Dengan demikian, hipotesis 1 diterima.
- b. Hasil pengujian pada uji signifikansi t diperoleh ekuitas merek menunjukkan nilai thitung = 4,999 > ttabel = 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen (studi kasus penjualan album *k-pop "Hot Sauce"* di Jakarta). Dengan demikian, hipotesis 2 diterima.
- c. Hasil dari Fhitung untuk variabel bebas (komunikasi pemasaran dan ekuitas merek) sebesar 238,625 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan nilai Ftabel pada  $\alpha = 0,05$  adalah sebesar 3,09 maka variabel komunikasi pemasaran dan ekuitas merek simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen (studi kasus penjualan album *k-pop "Hot Sauce"* di Jakarta). Selanjutnya, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa  $R^2$  sebesar 0,831 atau sebesar 83,1% kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh komunikasi pemasaran dan ekuitas merek, sedangkan 16,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti seperti *electronic word of mouth* maupun *word of mouth*, daya beli, promosi,

kepuasan konsumen, dan sebagainya. Dengan demikian, hipotesis 3 diterima.

## 5.2 Saran

Data yang telah diperoleh dan diolah terhadap variabel komunikasi pemasaran dan ekuitas merek terdapat respon yang positif terhadap kepercayaan konsumen penjualan album *Hot Sauce*. Berikut merupakan saran yang diberikan oleh peneliti:

- a. Untuk perusahaan (*SMandStores*) sebaiknya menerapkan sistem *preorder* yang terjadwal sehingga ada *timeline* jelas dalam pengiriman barang untuk para *customer* dan kalau bisa *stock* barang lebih cepat agar *customer* tidak perlu melakukan *pre-order*. Hal tersebut diambil dari jawaban responden dengan pernyataan yang paling persentase paling rendah “*SMandStores* menerapkan sistem *pre-order* untuk barang membuat saya tertarik untuk membeli album *Hot Sauce*”. Selain itu berdasarkan hasil jawaban responden dengan pernyataan persentase paling rendah “*SMandStores* sangat peduli dengan permasalahan yang dialami konsumen pada saat pembelian album *Hot Sauce* dan segera ditangani dengan cepat” peneliti menyarankan untuk meningkatkan komunikasi pemasaran dalam hal ini terkait dengan permasalahan *customer* baik dalam hal pengiriman ataupun kerusakan barang. Sehingga *trust customer* pun akan semakin meningkat yang sejalan dengan peningkatan penjualan.
- b. Untuk *reseller* penjual album *Hot Sauce*, berdasarkan hasil jawaban responden dengan pernyataan yang persentasenya paling rendah “Saya percaya *SMandStores* jujur dan dapat memenuhi janji-janjinya pada album *Hot Sauce*” peneliti menyarankan sebaiknya bisa mengikuti aturan dari perusahaan seperti sistem *preoder* yang diterapkan, *benefit* yang akan didapatkan oleh *customer* dan cara pemasaran yang sesuai untuk menarik *customer* membeli album sehingga *reseller* tidak merusak citra yang telah dibangun oleh *SMandStores* dan tidak menurunkan kepercayaan pembeli.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- c. Bagi para peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini seperti *electronic word of mouth* maupun *word of mouth*, daya beli, promosi, kepuasan konsumen, dan sebagainya. Sehingga diharapkan hasil penelitian tersebut nantinya dapat menjadi sumbangan dan bahan pertimbangan kepada perusahaan agar dapat meningkatkan kepercayaan pembeli.





## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aaker. A, David. 2020. Manajemen Ekuitas Merek. Jakarta: Spektrum.
- Agung. Anak Putu Agung. dan Suardhika. I Nengah. 2019. Bali: CV. Noah Alethia
- Fitriah. Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali. Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan. Agus. 2019. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Neliwati. 2018. Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kajian Teori dan Praktek). Medan: CV. Widya Puspita
- Sangadji. Etta mamang dan Sopiah. 2020. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjahyadi Rully, Arlan. 2006. Brand Trust dalam Konteks Loyalitas: Peran Karakteristik, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan. Bandung: Alfabeta.

### Jurnal

- Akkas. Nasruhlhak. 2016. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Citra Perusahaan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Membeli Mobil Pada PT. Hadji Kalla Cabang Palu. Palu: Universitas Tadulako. Jurnal Katologis, Vol. 4, No.1 Januari 2016. ISSN: 2302-2019.
- Ariawati. Ria Ratna., Agoes. Soekrisno., dan Supardi. Deddy. 2016. Jurnal Riset Akuntansi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia. Vol. 8, No. 2, Oktober 2016. ISSN: 2086-0447.
- Aryanti. Imbayani. dan Ribek. 2021. Pengaruh *Brand Equity*, *Social Media Marketing* dan *Brand Ambassador* terhadap keputusan pembelian *Wine* pada PT Hatten. Jurnal Riset Ekonomi dan Pemasaran. Bali: Universitas Mahasaraswati Denpasar. Vol.2 No.1, 2021. ISSN:2774-3020.
- Delima. Margareta Krissa dan Humaidi, Muhammad Agus. 2020. Pegaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Buku Oleh

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Masyarakat Pada Gramedia Banjarmasin Veteran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.3, No.1, 2020. ISSN: 2686-178X

Firdaus. Qonita dan Suhaeni, Tintin. 2020. Pengaruh Ekuita Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Oranamin C Di Kota Bandung). Bandung: Politeknik Negeri Bandung.

Ishak. Asmai dan Luthfi, Zhafiri. 2011. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi *Switching Costs*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol.15, No.1, Januari 2011.

Kaunang. Moniharapon. dan Samadi. 2021. Pengaruh Pemasaran Interaktif, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Secara Kredit di Perusahaan FIF Spektra Cabang Airmadidi. Manado: Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol.9 No. 3, April 2021. ISSN: 2303-1174

Kusniadji. Suherman. 2016. Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods* (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang). Jakarta: Universitas Mercu Buana. *Jurnal Komunikasi*, Vol.8, No.1, Juli 2016. ISSN: 2085-1979.

Lestari. Novia Tri dan Sirine, Hani. 2019. Komunikasi Pemasaran Terpadu dan Ekuitas Merek Gojek Indonesia Cabang Yogyakarta. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 19, No.1, 2019. ISSN: 2087-2038.

Luthfiana. Innez Irma dan Kania, Dessy. 2014. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Sosial Terhadap *Brand Awareness* OMBUDSMAN Republik Indonesia. *Journal Communication Spectrum*, Vol. 4 No. 1 Februari 2014 – Juli 2014. ISSN: 2087 – 8850.

Massie. Philander Varian. 2013. Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian *XL Mobile Data Service* di Kota Manado. Manado: Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013. ISSN: 2303-1174.

Pandiangan. Kasman., Masiyono. dan Atmogo, Yugi Dwi. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality*, dan *Brand Loyalty*. Jakarta: Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2, Issue 4, Maret 2021. ISSN: 2686-5246.

Sitinjak. Tumpal J.R. dan Erwin. 2017. Kontribusi Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan. Jakarta: Kwik Kian Gie *School of Business*. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13(2) : 85-191. 2017. ISSN: 1907-0896.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Slow. Natalia. 2013. Kualitas Layanan dan Kepercayaan Pelanggan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria FU150 di Kota Manado. Manado: Universitas Sam Ratulangi. Jurnal EMBA, Vol. 1 No. 3 September 2013. ISSN: 2303-1174

Rosdiana. Riski. dan Haris, Iyus Akhmad. 2018. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara *Online*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha. *International Journal of Social Science and Business*, Vol. 2, No. 3,. 2018. ISSN: 2614-6533.

Yelvanita. Desi dan Nurman. 2015. Analisis Ekuitas Merek (*Brand Equity*) Honda Beat Pada PT. Global Jaya Perkasa Pekanbaru. Riau: Universitas Islam Riau. Jurnal Valuta, Vol.1, No.2, Oktober 2015. ISSN: 2502-1419.

Situs Website

Niardo. Riyo. 2021. “Daftar Agensi K-Pop Dengan Penjualan Album Terbesar di Semester Pertama 2021”. (<https://www.kpopchart.net/> / diakses 21 September 2021)

2020. “NCT Dream Total Sales Album” (<https://Gaonkart.kr.co/> / diakses 6 Desember 2021).

2021. “Number of global ‘hallyu’ fans crosses 100 million landmark”. (<https://YNA.co.kr/> / diakses 7 Juli 2021).

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN DAN EKUITAS MEREK**  
**TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN (STUDI KASUS**  
**PENJUALAN ALBUM K-POP *HOT SAUCE* DI JAKARTA)**

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi akhir Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Ekuitas Merek terhadap Kepercayaan Konsumen dalam pembelian album *Hot Sauce*. Oleh karena itu, saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk memberikan penilaian terhadap pernyataan-pernyataan yang saya ajukan secara jujur dan terbuka.

Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan ilmiah, akademis dan untuk melengkapi data dalam menyelesaikan skripsi sehingga data tidak akan dipergunakan untuk keperluan lainnya. Oleh karena itu, jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I berikan akan sangat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang pemasaran. Demikian pengantar ini saya buat, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terimakasih

Hormat saya,

Debby Muchafilanny



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## I. IDENTITAS RESPONDEN

### A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon mengisi pertanyaan di bawah ini dengan sebenar-benarnya.
2. Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom yang tersedia dan pilih jawab yang sesuai dengan pilihan Anda.

### B. Pertanyaan

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

3. Usia :

- 21-25 Tahun
- 26-30 Tahun
- 31-35 Tahun

4. Pendidikan Terakhir :

- SMP
- SMA
- D3
- S1
- Lainnya

5. Pekerjaan :

- Pegawai Negeri Sipil
- Karyawan Swasta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Wirausaha
- Lainnya

6. Total Pengeluaran untuk membeli album *Hot Sauce* :

- < 300,000
- 300,001-900,000
- 900,001-1,800,000
- >1,800,000

7. Domisili :

- Jakarta Timur
- Jakarta Barat
- Jakarta Selatan
- Jakarta Utara
- Jakarta Pusat





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Komunikasi Pemasaran						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Periklanan</b>						
1	<i>SMandStores</i> menayangkan iklan album <i>Hot Sauce</i> pada media elektronik.					
2	iklan album <i>Hot Sauce</i> membuat saya tertarik untuk membeli					
3	Iklan yang ditayangkan oleh <i>SMandStores</i> cukup jelas sehingga saya percaya kepada perusahaan akan kualitas album <i>Hot Sauce</i> .					
4	Iklan yang ditayangkan oleh <i>SMandStores</i> membuat saya percaya akan album <i>Hot Sauce</i> .					
5	<i>SMandStores</i> menyajikan iklan dengan penyampaian pesan yang jelas tentang <i>Hot Sauce</i> yang sedang dipromosikan.					
6	Menurut saya penyampaian informasi dalam iklan dapat dipahami dengan mudah					
7	Saya sering melihat iklan tentang album <i>Hot Sauce</i> dari <i>SMandStores</i> dalam sosial media yang saya gunakan.					
<b>Promosi Penjualan</b>						
8	<i>Event</i> potongan harga membuat saya tertarik untuk membeli album <i>Hot Sauce</i>					
9	Kebijakan <i>re-stock</i> membuat saya tertarik membeli karena saya tidak membeli pada masa promosi sebelumnya.					
10	Promosi yang dilakukan oleh <i>SMandStores</i> membuat saya percaya akan album <i>Hot Sauce</i> .					
11	<i>SMandStores</i> menerapkan sistem <i>pre-order</i> untuk barang membuat saya tertarik untuk membeli album <i>Hot Sauce</i> .					
12	Saya tertarik membeli karena produk yang ditawarkan unik. Misalnya terdapat <i>ar photocard</i> didalam album tersebut.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

13	Menurut saya <i>SMandStores</i> memiliki kemampuan yang baik dalam memasarkan album <i>Hot Sauce</i> dengan baik sehingga informasi tentang produk mudah dipahami.					
14	Saya percaya produk yang diproduksi <i>SMandStores</i> berkualitas bagus karena sampel yang diperlihatkan oleh perusahaan karena idol K-Pop yaitu (NCT Dream)					
<b>Publisitas</b>						
15	Berita tentang album <i>Hot Sauce</i> di media sosial membuat saya percaya akan perusahaan yaitu <i>SMandStores</i> .					
16	Berita tentang album <i>Hot Sauce</i> dalam sosial media membuat saya mendapatkan informasi dengan mudah.					
17	Pada masa promosi album <i>Hot Sauce</i> , <i>NCT Dream</i> banyak diundang kedalam <i>variety show</i> untuk mempromosikan album tersebut.					
18	Saya percaya kepada album <i>Hot Sauce</i> karena ada <i>idol</i> kegemaran saya didalamnya.					
19	Saya tertarik membeli album <i>Hot Sauce</i> karena terdapat fisik album langsung pada <i>variety show</i> .					
20	Saya percaya kepada <i>SMandStores</i> karena melakukan kegiatan amal dengan diselingi promosi album <i>Hot Sauce</i> .					
21	<i>SMandStores</i> sering melakukan konser atau kegiatan yang hasilnya akan disumbangkan untuk amal.					
<b>Penjualan Langsung</b>						
22	<i>SMandStores</i> sering kali melakukan <i>direct-mail</i> untuk melakukan promosi album <i>Hot Sauce</i> kepada konsumen					
23	<i>direct-mail</i> yang dilakukan sangat menarik dan memberikan informasi tentang produk <i>Hot Sauce</i> dengan jelas					
24	<i>Staff marketing</i> memberikan penawaran album <i>Hot Sauce</i> langsung melalui <i>E-mail</i> .					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

25	<i>SMandStores</i> selalu membagikan katalog pada saat masa promosi album <i>Hot Sauce</i> .					
26	<i>Direct-marketing</i> yang dilakukan <i>SMandStores</i> membuat saya percaya kepada album <i>Hot Sauce</i> .					
27	<i>Direct-marketing</i> yang dilakukan <i>SMandStores</i> membuat saya tertarik untuk membeli album <i>Hot Sauce</i> .					
28	Saya tertarik membeli album <i>Hot Sauce</i> karena mendapat <i>direct-mail</i> dari <i>SMandStores</i>					

Ekuitas Merek						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)</b>						
1	Saya langsung dapat mengenali album <i>Hot Sauce</i> hanya dengan melihat warnanya.					
2	album <i>Hot Sauce</i> identik dengan warna kuning, merah, dan hijau					
3	Album <i>Hot Sauce</i> mudah diingat menurut saya karena karakteristik albumnya.					
4	Album <i>Hot Sauce</i> memiliki penawaran yang menarik menurut saya. Misalnya terdapat <i>ar photocard</i> , <i>poster</i> , dan lain-lain.					
5	Apabila diminta untuk menyebutkan album K-Pop, maka album <i>Hot Sauce</i> adalah merek yang pertama kali muncul dalam benak saya.					
6	Album <i>Hot Sauce</i> lebih menarik dari produk agensi lainnya.					
7	Ketika mengetahui produk dari <i>SMandStores</i> saya langsung percaya terhadap album <i>Hot Sauce</i> yang sedang dipromosikan.					
<b>Presepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)</b>						



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Karakteristik produk yang diciptakan oleh <i>SMandStores</i> membuat saya percaya akan kualitas yang baik.					
9	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas album <i>Hot Sauce</i> yang diciptakan oleh <i>SMandStores</i> .					
10	<i>SMandStores</i> memiliki keunikan tersendiri dalam menciptakan album <i>Hot Sauce</i> .					
11	Saya percaya akan kualitas album <i>Hot Sauce</i> sesuai dengan harga.					
12	Saya percaya album <i>Hot Sauce</i> memiliki daya tahan yang lama.					
13	album <i>Hot Sauce</i> memiliki kualitas yang sangat baik.					
14	Saya sangat merasa nyaman dan percaya berbelanja album <i>Hot Sauce</i> dalam <i>SMandStores</i>					
<b>Asosiasi Merek (Brand Associations)</b>						
15	Setiap desain album <i>Hot Sauce</i> sangat menarik dan unik.					
16	Bahan yang digunakan untuk membuat album <i>Hot Sauce</i> sangat berkualitas.					
17	Pengemasan album <i>Hot Sauce</i> aman dan menarik.					
18	Album <i>Hot Sauce</i> sangat memuaskan dari segi bentuk, desain, dan barang-barang yang diberikan dalam album tersebut. (contoh barang : <i>Photocard</i> )					
19	Informasi mengenai album <i>Hot Sauce</i> mudah didapat.					
20	Saya percaya album <i>Hot Sauce</i> memiliki citra yang sangat baik.					
21	album <i>Hot Sauce</i> memiliki popularitas yang sangat tinggi dibandingkan merek lain.					
<b>Loyalitas Merek (Brand Loyalty)</b>						
22	Saya akan tetap membeli album <i>Hot Sauce</i> meskipun dengan proses <i>pre-order</i> .					
23	Saya akan tetap membeli album <i>Hot Sauce</i> jika ada album lain yang lebih					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	murah. Karena terdapat NCT Dream didalamnya.					
24	Saya tidak akan berpindah ke album lain jika bukan NCT Dream					
25	Saya akan selalu melakukan pembelian ketika ada <i>merchandise</i> NCT Dream pada masa <i>pre-order</i> ataupun secara langsung pada toko <i>offline</i> .					
26	album <i>Hot Sauce</i> dapat bersaing dengan album dari perusahaan lain.					
27	Penggunaan album <i>Hot Sauce</i> sangat mudah dan terdapat petunjuk.					
28	Saya percaya kualitas album <i>Hot Sauce</i> sangat baik. Meskipun harga produk lain lebih murah.					

Kepercayaan Konsumen						
No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Kehandalan</b>						
1	<i>SMandStores</i> dapat mudah dihubungi jika terjadi masalah terhadap album <i>Hot Sauce</i> ini.					
2	<i>SMandStores</i> perusahaan pembuat album <i>Hot Sauce</i> sangat handal karena mengutamakan kepercayaan pelanggan.					
3	Saya percaya <i>SMandStores</i> memiliki kecanggihan tersendiri dalam album <i>Hot Sauce</i> . Misalnya ada teknologi <i>AR</i> dalam <i>Photocard</i> yang ditawarkan pada saat membeli album.					
4	Saya percaya album <i>Hot Sauce</i> yang saya pesan sesuai dengan harapan.					
5	Saya percaya <i>SMandStores</i> mampu mengatasi masalah yang dihadapi konsumen.					
6	Saya percaya <i>SMandStores</i> memilih bahan yang berkualitas untuk album <i>Hot Sauce</i> .					
7	Saya percaya <i>SMandStores</i> memiliki karyawan yang handal.					
<b>Kejujuran</b>						



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8	Album <i>Hot Sauce</i> yang diciptakan sesuai dengan ekspetasi saya.					
9	Album <i>Hot Sauce</i> sesuai dengan deskripsi yang diberikan oleh <i>SMandStores</i> .					
10	Album <i>Hot Sauce</i> yang diterima sesuai dengan informasi yang diberikan oleh <i>SMandStores</i> .					
11	Saya percaya <i>SMandStores</i> sejujur mungkin memberikan informasi dengan jelas dan details sesuai dengan gambaran album <i>Hot Sauce</i> yang sebenarnya.					
12	Saya percaya <i>SMandStores</i> jujur dan dapat memenuhi janji-janjinya pada album <i>Hot Sauce</i> .					
13	Saya percaya kepada <i>SMandStores</i> karena selalu mengutamakan kejujuran dalam menjual produk khususnya album <i>Hot Sauce</i> .					
14	<i>SMandStores</i> bersikap terbuka apa adanya kepada konsumen terutama pada saat proses pembelian album <i>Hot Sauce</i> .					
<b>Keperdulian</b>						
15	<i>SMandStores</i> peduli dengan konsumen sehingga memberikan rasa aman pada proses pembelian album <i>Hot Sauce</i> .					
16	<i>SMandStores</i> sangat peduli dengan saran yang diberikan oleh konsumen pada saat promosi album <i>Hot Sauce</i>					
17	<i>SMandStores</i> sangat peduli dengan permasalahan yang dialami konsumen pada saat pembelian album <i>Hot Sauce</i> dan segera ditangani dengan cepat.					
18	Packaging album <i>Hot Sauce</i> sangat aman dan dapat dipercaya karena perusahaan peduli dengan konsumen.					
19	Pada saat membeli album <i>Hot Sauce</i> saya merasa aman karena <i>SMandStores</i> meciptakan keamanan untuk pembayaran barang produksinya.					
20	<i>SMandStores</i> menjunjung tinggi keperduliannya kepada konsumen sehingga keritik dan saran ditanggapi dengan cepat.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

21	Saya percaya <i>SMandStores</i> memiliki kepedulian kepada konsumennya.					
<b>Kredibilitas</b>						
22	Pada masa promosi album <i>Hot Sauce</i> , <i>SMandStores</i> mengirim album kepada saya sesuai dengan tanggal yang dijanjikan.					
23	Informasi yang diberikan oleh <i>SMandStores</i> sesuai dengan album <i>Hot Sauce</i> yang diterima oleh saya.					
24	Saya percaya <i>SMandStores</i> pembuat album <i>Hot Sauce</i> tidak melakukan kecurangan atau menipu.					
25	<i>SMandStores</i> memiliki pelayanan yang baik bagi saya dengan eksperimen saya ketika membeli album <i>Hot Sauce</i> .					
26	Saya yakin <i>SMandStores</i> dapat bertanggung jawab kepada konsumen jika album <i>Hot Sauce</i> yang dibeli tidak sesuai.					
27	<i>SMandStores</i> selalu memiliki produk yang berkualitas terutama pada produk album khususnya album <i>Hot Sauce</i> .					
28	<i>SMandStores</i> memiliki reputasi yang baik.					

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



Lampiran 2 Data Tabulasi *Pre-Test* Komunikasi Pemasaran (X1)

DATA TABULASI *PRE-TEST* KOMUNIKASI PEMASARAN (X<sub>1</sub>)

NO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_	1_			
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	1
2	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5

- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Data Tabulasi *Pre-Test* Ekuitas Merek (X<sub>2</sub>)

DATA TABULASI *PRE-TEST* EKUITAS MEREK (X<sub>2</sub>)

NO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>2</sub>		
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	
1	5	5	5	5	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	4	
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
10	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4

- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 4 Data Tabulasi *Pre-Test* Kepercayaan Konsumen (Y)

DATA TABULASI *PRE-TEST* KEPERCAYAAN KONSUMEN (Y)

N O	Y _1	Y _2	Y _3	Y _4	Y _5	Y _6	Y _7	Y _8	Y _9	Y _10	Y _11	Y _12	Y _13	Y _14	Y _15	Y _16	Y _17	Y _18	Y _19	Y _20	Y _21	Y _22	Y _23	Y _24	Y _25	Y _26	Y _27	Y _28	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4

- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	
1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	
5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	
1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
6	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
7	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
1	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
8	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5
9	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5
2	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5
0	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Pre-Test* variabel Komunikasi Pemasaran (X1) dan Ekuitas Merek (X2) terhadap *Kepercayaan konsumen* studi kasus penjualan album K-Pop “Hot Sauce” di Jakarta

a. Hasil Uji Validitas *Pre-Test*

Uji Reliabilitas Komunikasi Pemasaran (X1)

VAR00001	Pearson Correlation	1	X1_8	Pearson Correlation	.725**	X1_18	Pearson Correlation	.728
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
X1_1	Pearson Correlation	.589**	X1_9	Pearson Correlation	.117	X1_19	Pearson Correlation	.317
	Sig. (2-tailed)	.006		Sig. (2-tailed)	.623		Sig. (2-tailed)	.174
	N	20		N	20		N	20
X1_2	Pearson Correlation	.695**	X1_10	Pearson Correlation	.734**	X1_20	Pearson Correlation	.656**
	Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.002
	N	20		N	20		N	20
X1_3	Pearson Correlation	.835**	X1_11	Pearson Correlation	.825**	X1_21	Pearson Correlation	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.002
	N	20		N	20		N	20
X1_4	Pearson Correlation	.731**	X1_12	Pearson Correlation	.682**	X1_22	Pearson Correlation	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
X1_5	Pearson Correlation	.735**	X1_13	Pearson Correlation	.875**	X1_23	Pearson Correlation	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001
	N	20		N	20		N	20
X1_6	Pearson Correlation	.797**	X1_14	Pearson Correlation	.791**	X1_24	Pearson Correlation	.282
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.229
	N	20		N	20		N	20
X1_7	Pearson Correlation	.686**	X1_15	Pearson Correlation	.925**	X1_25	Pearson Correlation	.435
	Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.055
	N	20		N	20		N	20
X1_8	Pearson Correlation	.725**	X1_16	Pearson Correlation	.847**	X1_26	Pearson Correlation	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
			X1_17	Pearson Correlation	.564**	X1_27	Pearson Correlation	.713**
				Sig. (2-tailed)	.010		Sig. (2-tailed)	.000
				N	20		N	20
						X1_28	Pearson Correlation	.790**
							Sig. (2-tailed)	.000



Uji Reliabilitas Ekuitas Merek (X2)

VAR00001	Pearson Correlation	1	X2_10	Pearson Correlation	.738**	X2_20	Pearson Correlation	.769**
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
X2_1	Pearson Correlation	.625**	X2_11	Pearson Correlation	.744**	X2_21	Pearson Correlation	.680**
	Sig. (2-tailed)	.003		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.001
	N	20		N	20		N	20
X2_2	Pearson Correlation	.240	X2_12	Pearson Correlation	.701**	X2_22	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.307		Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.004
	N	20		N	20		N	20
X2_3	Pearson Correlation	.194	X2_13	Pearson Correlation	.725**	X2_23	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.412		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.007
	N	20		N	20		N	20
X2_4	Pearson Correlation	.631**	X2_14	Pearson Correlation	.843**	X2_24	Pearson Correlation	.434
	Sig. (2-tailed)	.003		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.056
	N	20		N	20		N	20
X2_5	Pearson Correlation	.608**	X2_15	Pearson Correlation	.692**	X2_25	Pearson Correlation	.403
	Sig. (2-tailed)	.004		Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.078
	N	20		N	20		N	20
X2_6	Pearson Correlation	.587**	X2_16	Pearson Correlation	.734**	X2_26	Pearson Correlation	.598**
	Sig. (2-tailed)	.007		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.005
	N	20		N	20		N	20
X2_7	Pearson Correlation	.577**	X2_17	Pearson Correlation	.689**	X2_27	Pearson Correlation	.769**
	Sig. (2-tailed)	.008		Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
X2_8	Pearson Correlation	.850**	X2_18	Pearson Correlation	.827**	X2_28	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
X2_9	Pearson Correlation	.832**	X2_19	Pearson Correlation	.801**			
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000			
	N	20		N	20			

NEGERI  
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Uji Reliabilitas *Kepercayaan konsumen* (Y)

Y_20	Pearson Correlation	.905**	Y_10	Pearson Correlation	.896**	VAR00001	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	
	N	20		N	20		N	20
Y_21	Pearson Correlation	.865**	Y_11	Pearson Correlation	.928**	Y_1	Pearson Correlation	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.002
	N	20		N	20		N	20
Y_22	Pearson Correlation	.692**	Y_12	Pearson Correlation	.943**	Y_2	Pearson Correlation	.787**
	Sig. (2-tailed)	.001		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_23	Pearson Correlation	.950**	Y_13	Pearson Correlation	.900**	Y_3	Pearson Correlation	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_24	Pearson Correlation	.837**	Y_14	Pearson Correlation	.882**	Y_4	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_25	Pearson Correlation	.948**	Y_15	Pearson Correlation	.817**	Y_5	Pearson Correlation	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_26	Pearson Correlation	.875**	Y_16	Pearson Correlation	.868**	Y_6	Pearson Correlation	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_27	Pearson Correlation	.900**	Y_17	Pearson Correlation	.901**	Y_7	Pearson Correlation	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
Y_28	Pearson Correlation	.896**	Y_18	Pearson Correlation	.825**	Y_8	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
	N	20		N	20		N	20
			Y_19	Pearson Correlation	.851**	Y_9	Pearson Correlation	.918**
				Sig. (2-tailed)	.000		Sig. (2-tailed)	.000
				N	20		N	20

NEGERI  
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Komunikasi Pemasaran (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.949	28

Uji Reliabilitas Ekuitas Merek (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	28

Uji Reliabilitas *Kepercayaan konsumen* (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	28

POLITE  
NEGERI  
JAKARTA

Lampiran 6 Data Tabulasi Final Komunikasi Pemasaran (X1)

Data Tabulasi *Final* Komunikasi Pemasaran (X1)

X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14	X1_15	X1_16	X1_17	X1_18	X1_19	X1_20	
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	80
4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	78
4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	79
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	96
3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	94
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	94
4	4	4	4	5	3	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	79
5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	91
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	39
4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	4	3	83
4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	88
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	78
1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	27
5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3	2	4	5	4	4	85
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	91



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	87
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	93
4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	2	2	4	5	4	4	2	82
5	5	3	4	4	4	3	3	5	5	3	4	3	2	2	4	4	4	2	2	71
5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	81
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	91
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97
5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	88
5	5	5	5	4	3	4	3	2	4	5	3	5	4	3	4	3	3	2	3	75
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	4	4	87
5	4	4	3	5	3	3	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	3	82
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	83
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	73
4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	93
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	96
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	62
5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	91
5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	91

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	92
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	98
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	81
3	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	2	4	3	3	4	2	4	2	3	61
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	94
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	89
5	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	73
3	3	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	81
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	85
4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	2	75
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	96
5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	84
4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	84
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	78
5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	94
3	3	4	4	3	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	82
5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	93
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	93

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	98
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	3	4	5	5	88
5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	80
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	77
5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	2	3	3	2	1	80
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	89
4	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	76
3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	2	4	3	3	3	3	4	4	61
4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	82
5	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	88
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	81
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	73
4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	71
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	84
5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	88
4	4	3	5	3	5	4	4	3	5	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	81
4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	84
5	5	4	5	3	5	4	4	3	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	5	84
5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4	82
5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	88
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	83
4	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	4	3	62



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	87
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	88
4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	76
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	82
4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	84
5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	87
4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	82
4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	78
5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	3	3	5	83
4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	1	3	4	4	4	3	3	4	75
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	73
4	3	3	4	5	4	4	2	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	3	4	72
4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	77
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	81

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Data Tabulasi Final Ekuitas Merek (X2)

Data Tabulasi *Final* Ekuitas Merek (X2)

X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2_13	X2_14	X2_15	X2_16	X2_17	X2_18	X2_19	X2_20
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	2	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	1	2	1
4	5	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4	3	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	1	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4
1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5

Hak Cipta :  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	2	2	3	4	3	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	3	5	5
5	4	2	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	2	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5
5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	2	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4
5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	3	5	5	4
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2	5	3	4	3	2	2	4
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4
5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	5	3	4	5	4	4	5	5	3	4
4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	1	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	4	3	3	3
3	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	1	1	5	5	4	4	5	5	4	3	3	5	5	5	1	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4
4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3
3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
5	4	3	5	4	4	5	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	3
5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4
4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4
5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
1	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	2	4	2	4	3	3	2	4	4	5	3	2	1	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5
4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3
4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5
3	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4
3	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	3
4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4
2	2	1	1	2	4	3	2	2	4	3	4	3	4	4	2	3	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	5	5	3	3	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3
5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritisi
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

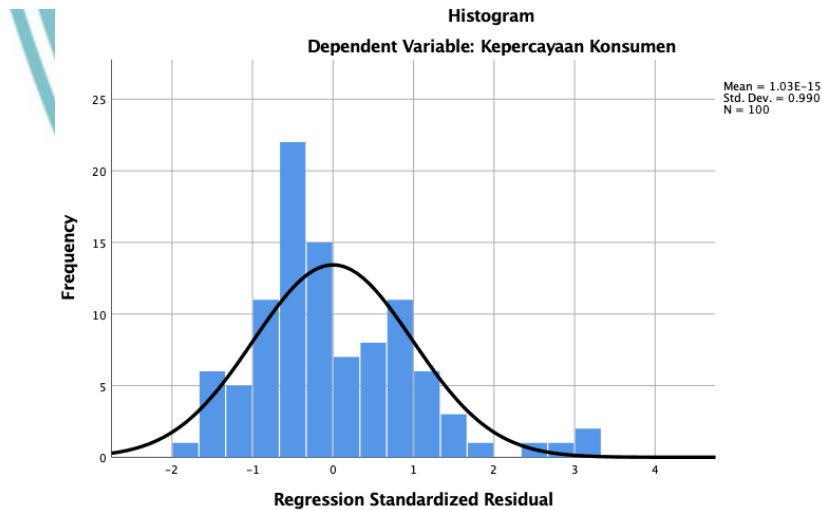
Lampiran 8 Output SPSS Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik
  - a) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	4.68550604	
Most Extreme Differences	Absolute	.110	
	Positive	.110	
	Negative	-.054	
Test Statistic		.110	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.167 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.158
		Upper Bound	.177

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.



- b) Uji Multikolonieritas

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Coefficients<sup>a</sup>**

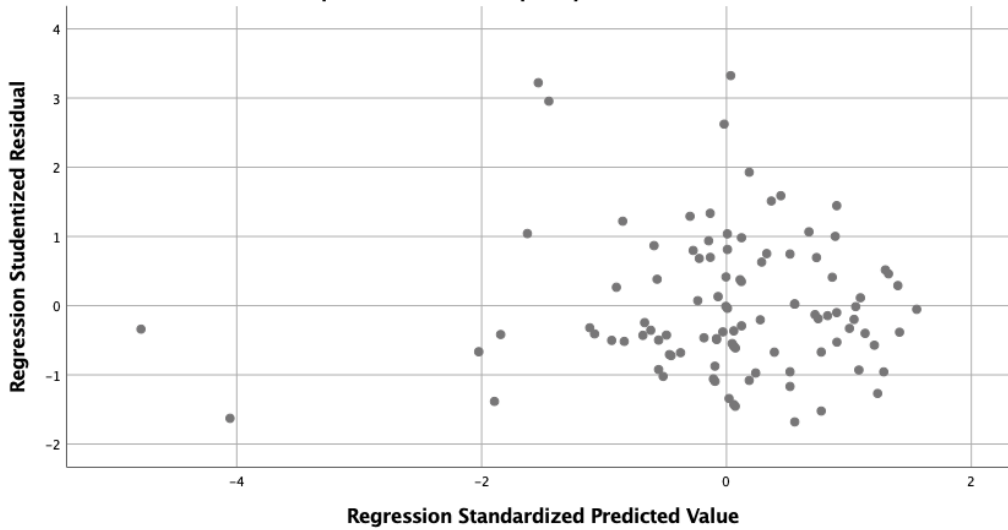
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.308	3.560		2.053	.043		
	Komunikasi Pemasaran	.530	.078	.546	6.834	.000	.272	3.672
	Ekuitas Merek	.400	.080	.400	4.999	.000	.272	3.672

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

c) Uji Heteroskedastisitas

**Scatterplot**

Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen



2. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.308	3.560		2.053	.043		
	Komunikasi Pemasaran	.530	.078	.546	6.834	.000	.272	3.672
	Ekuitas Merek	.400	.080	.400	4.999	.000	.272	3.672

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

b) Uji Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.828	4.734

a. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Komunikasi Pemasaran

b. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

c) Uji Kolerasi Secara Parsial

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**Correlations**

		Komunikasi Pemasaran	Ekuitas Merek	Kepercayaan Konsumen
Komunikasi Pemasaran	Pearson Correlation	1	.853**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
Ekuitas Merek	Pearson Correlation	.853**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Kepercayaan Konsumen	Pearson Correlation	.887**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d) Uji Signifikansi Parsial T (Uji Statistik T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.308	3.560		2.053	.043		
	Komunikasi Pemasaran	.530	.078	.546	6.834	.000	.272	3.672
	Ekuitas Merek	.400	.080	.400	4.999	.000	.272	3.672

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

e) Uji Signifikansi Simultan F (Uji Statistik F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10693.557	2	5346.779	238.625	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2173.443	97	22.407		
	Total	12867.000	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Komunikasi Pemasaran



Lampiran 9 Tabel T

Degrees of freedom	Two-tailed test:	10%	5%	2%	1%	0.2%	0.1%
	One-tailed test:	5%	2.5%	1%	0.5%	0.1%	0.05%
1		6.314	12.706	31.821	63.657	318.309	636.619
2		2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599
3		2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924
4		2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610
5		2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869
6		1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959
7		1.894	2.365	2.998	3.499	4.785	5.408
8		1.860	2.306	2.896	3.355	4.501	5.041
9		1.833	2.262	2.821	3.250	4.297	4.781
10		1.812	2.228	2.764	3.169	4.144	4.587
11		1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437
12		1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318
13		1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221
14		1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140
15		1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073
16		1.746	2.120	2.583	2.921	3.686	4.015
17		1.740	2.110	2.567	2.898	3.646	3.965
18		1.734	2.101	2.552	2.878	3.610	3.922
19		1.729	2.093	2.539	2.861	3.579	3.883
20		1.725	2.086	2.528	2.845	3.552	3.850
21		1.721	2.080	2.518	2.831	3.527	3.819
22		1.717	2.074	2.508	2.819	3.505	3.792
23		1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768
24		1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745
25		1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725
26		1.706	2.056	2.479	2.779	3.435	3.707
27		1.703	2.052	2.473	2.771	3.421	3.690
28		1.701	2.048	2.467	2.763	3.408	3.674
29		1.699	2.045	2.462	2.756	3.396	3.659
30		1.697	2.042	2.457	2.750	3.385	3.646
32		1.694	2.037	2.449	2.738	3.365	3.622
34		1.691	2.032	2.441	2.728	3.348	3.601
36		1.688	2.028	2.434	2.719	3.333	3.582
38		1.686	2.024	2.429	2.712	3.319	3.566
40		1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551
42		1.682	2.018	2.418	2.698	3.296	3.538
44		1.680	2.015	2.414	2.692	3.286	3.526
46		1.679	2.013	2.410	2.687	3.277	3.515
48		1.677	2.011	2.407	2.682	3.269	3.505
50		1.676	2.009	2.403	2.678	3.261	3.496
60		1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460
70		1.667	1.994	2.381	2.648	3.211	3.435
80		1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416
90		1.662	1.987	2.368	2.632	3.183	3.402
100		1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390
120		1.658	1.980	2.358	2.617	3.160	3.373
150		1.655	1.976	2.351	2.609	3.145	3.357
200		1.653	1.972	2.345	2.601	3.131	3.340
300		1.650	1.968	2.339	2.592	3.118	3.323
400		1.649	1.966	2.336	2.588	3.111	3.315
500		1.648	1.965	2.334	2.586	3.107	3.310
600		1.647	1.964	2.333	2.584	3.104	3.307
∞		1.645	1.960	2.326	2.576	3.090	3.291

- Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 10 Tabel F

21	4.3 2	3.47	3.0 7	2.8 4	2.6 8	2.5 7	2.4 9	2.42	2.3 7	2.3 2	2.2 5	2.20	2.1 6	2.12	2.10
22	4.3 0	3.44	3.0 5	2.8 2	2.6 6	2.5 5	2.4 6	2.40	2.3 4	2.3 0	2.2 3	2.17	2.1 3	2.10	2.07
23	4.2 8	3.42	3.0 3	2.8 0	2.6 4	2.5 3	2.4 4	2.37	2.3 2	2.2 7	2.2 0	2.15	2.1 1	2.08	2.05
24	4.2 6	3.40	3.0 1	2.7 8	2.6 2	2.5 1	2.4 2	2.36	2.3 0	2.2 5	2.1 8	2.13	2.0 9	2.05	2.03
25	4.2 4	3.39	2.9 9	2.7 6	2.6 0	2.4 9	2.4 0	2.34	2.2 8	2.2 4	2.1 6	2.11	2.0 7	2.04	2.01
26	4.2 2	3.37	2.9 8	2.7 4	2.5 9	2.4 7	2.3 9	2.32	2.2 7	2.2 2	2.1 5	2.09	2.0 5	2.02	1.99
27	4.2 1	3.35	2.9 6	2.7 3	2.5 7	2.4 6	2.3 7	2.31	2.2 5	2.2 0	2.1 3	2.08	2.0 4	2.00	1.97
28	4.2 0	3.34	2.9 5	2.7 1	2.5 6	2.4 5	2.3 6	2.29	2.2 4	2.1 9	2.1 2	2.06	2.0 2	1.99	1.96
29	4.1 8	3.33	2.9 3	2.7 0	2.5 5	2.4 3	2.3 5	2.28	2.2 2	2.1 8	2.1 0	2.05	2.0 1	1.97	1.94
30	4.1 7	3.32	2.9 2	2.6 9	2.5 3	2.4 2	2.3 3	2.27	2.2 1	2.1 6	2.0 9	2.04	1.9 9	1.96	1.93
35	4.1 2	3.27	2.8 7	2.6 4	2.4 9	2.3 7	2.2 9	2.22	2.1 6	2.1 1	2.0 4	1.99	1.9 4	1.91	1.88
40	4.0 8	3.23	2.8 4	2.6 1	2.4 5	2.3 4	2.2 5	2.18	2.1 2	2.0 8	2.0 0	1.95	1.9 0	1.87	1.84
50	4.0 3	3.18	2.7 9	2.5 6	2.4 0	2.2 9	2.2 0	2.13	2.0 7	2.0 3	1.9 5	1.89	1.8 5	1.81	1.78
60	4.0 0	3.15	2.7 6	2.5 3	2.3 7	2.2 5	2.1 7	2.10	2.0 4	1.9 9	1.9 2	1.86	1.8 2	1.78	1.75
70	3.9 8	3.13	2.7 4	2.5 0	2.3 5	2.2 3	2.1 4	2.07	2.0 2	1.9 7	1.8 9	1.84	1.7 9	1.75	1.72
80	3.9 6	3.11	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 1	2.1 3	2.06	2.0 0	1.9 5	1.8 8	1.82	1.7 7	1.73	1.70
90	3.9 5	3.10	2.7 1	2.4 7	2.3 2	2.2 0	2.1 1	2.04	1.9 9	1.9 4	1.8 6	1.80	1.7 6	1.72	1.69
100	3.9 4	3.09	2.7 0	2.4 6	2.3 1	2.1 9	2.1 0	2.03	1.9 7	1.9 3	1.8 5	1.79	1.7 5	1.71	1.68
120	3.9 2	3.07	2.6 8	2.4 5	2.2 9	2.1 8	2.0 9	2.02	1.9 6	1.9 1	1.8 3	1.78	1.7 3	1.69	1.66
150	3.9 0	3.06	2.6 6	2.4 3	2.2 7	2.1 6	2.0 7	2.00	1.9 4	1.8 9	1.8 2	1.76	1.7 1	1.67	1.64
200	3.8 9	3.04	2.6 5	2.4 2	2.2 6	2.1 4	2.0 6	1.98	1.9 3	1.8 8	1.8 0	1.74	1.6 9	1.66	1.62
250	3.8 8	3.03	2.6 4	2.4 1	2.2 5	2.1 3	2.0 5	1.98	1.9 2	1.8 7	1.7 9	1.73	1.6 8	1.65	1.61
300	3.8 7	3.03	2.6 3	2.4 0	2.2 4	2.1 3	2.0 4	1.97	1.9 1	1.8 6	1.7 8	1.72	1.6 8	1.64	1.61
400	3.8 6	3.02	2.6 3	2.3 9	2.2 4	2.1 2	2.0 3	1.96	1.9 0	1.8 5	1.7 8	1.72	1.6 7	1.63	1.60
500	3.8 6	3.01	2.6 2	2.3 9	2.2 3	2.1 2	2.0 3	1.96	1.9 0	1.8 5	1.7 7	1.71	1.6 6	1.62	1.59
600	3.8 6	3.01	2.6 2	2.3 9	2.2 3	2.1 1	2.0 2	1.95	1.9 0	1.8 5	1.7 7	1.71	1.6 6	1.62	1.59
750	3.8 5	3.01	2.6 2	2.3 8	2.2 3	2.1 1	2.0 2	1.95	1.8 9	1.8 4	1.7 7	1.70	1.6 6	1.62	1.58
1000	3.8 5	3.00	2.6 1	2.3 8	2.2 2	2.1 1	2.0 2	1.95	1.8 9	1.8 4	1.7 6	1.70	1.6 5	1.61	1.58

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup



Data Pribadi

Nama : Debby Muchafilanny
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 06 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Kav. PTB DKI Pondok Kelapa Blok F2 No.14
RT 006/011, Pondok Kelapa ,Jakarta Timur
Agama : Islam
Telepon : 082213498205/087819882079
E-Mail : debbymuchafilanny@gmail.com

Pendidikan

2005-2011 : SD Negeri 04 Pagi Pondok Kelapa
2011-2014 : SMP Negeri 25 Cipinang Muara
2014-2017 : SMA Negeri 100 Jakarta, Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)
2017-Sekarang : Politeknik Negeri Jakarta
Program Studi Administrasi Bisnis (D4), Fakultas Administrasi Niaga

Kemampuan

Bekerja dalam tim Ms. Word,Excel, & Powerpoint
Berkomunikasi Administrasi dan Filling

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta