

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
JASA PENGIRIMAN TIKI**

(Studi Kasus Pada TIKI Agen Legenda Wisata Cibubur)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : Citra Vivi Ayuli

NIM : 43115210007

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Program Studi Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2019

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Citra Vivi Ayuli

NIM : 43115210007

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Januari 2019



Citra Vivi Ayuli

NIM : 43115210007

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Citra Vivi Ayuli
NIM : 43115210007
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga
Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman TIKI
Tanggal Lulus Ujian : 21 Januari 2019

Disahkan Oleh :

Pembimbing



Muhamad, SE., MM.

Tanggal : 2-2-2019

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.

Tanggal : 4/2 2019

Ketua Penguji



Dr. Bambang Mulyana, M.Si.

Tanggal : 2-2-2019

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dudi Permana, Ph.D.

Tanggal : 4/2-2019

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga terhadap loyalitas konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah para pelanggan TIKI legenda wisata yang bertransaksi pada bulan september - november 2018 yang tidak bisa diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan adalah pelanggan yang sudah menggunakan beberapa kali jasa TIKI sebanyak 70 pelanggan TIKI berdasarkan saran dari Roscoe. Metode penarikan sampel menggunakan *teknik sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan survey, dengan instrument penelitian adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS v.21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpengaruh positif tetapi tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Terdapat berpengaruh positif dan signifikan antara citra merek terhadap loyalitas konsumen. Dan juga berpengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen pada TIKI. Hal ini dibuktikan dari hasil uji analisis regresi linier berganda yang menunjukkan nilai signifikan dari variabel – variabel yang mendukung hipotesa..

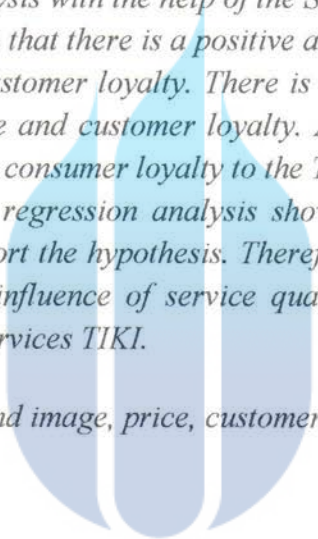
Kata kunci : kualitas pelayanan, citra merek, harga, loyalitas konsumen.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRACT

This research was to determine the effect of service quality, brand image and price on consumer loyalty. The population of this research is customers of TIKI legenda wisata who transacted in September-November 2018 which cannot be known in number. The sample used is customers who have used TIKI services for as many as 70 TIKI customers based on advice from Roscue. The sampling method uses a sampling technique. Methods of data collection using surveys, with research instruments are questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS v.21 application. The results of this research indicate that there is a positive and insignificant influence between service quality and customer loyalty. There is a positive and significant influence between brand image and customer loyalty. A positive and significant difference between the price on consumer loyalty to the TIKI. It is evident from the test results of multiple linear regression analysis showed significant values of variables - variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this research stated that there is influence of service quality and brand image on consumer loyalty on sending services TIKI.

Keywords: service quality, brand image, price, customer loyalty.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur, peneliti persembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua tercinta Bapak Suyatno dan Ibu Sri Lestari yang telah memberikan doa, dukungan moral, kasih sayang, bimbingan serta material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi. Selanjutnya untuk adik yaitu Liya Vivi Andhari yang telah memberikan motivasi, doa, dan semangat.



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Pengiriman TIKI (Studi Pada Agen TIKI Legenda Wisata Cibubur)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak,, khususnya Bapak Muhamad, SE., MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat – nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan Alhamdulillah atas kekuasaan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Muhamad SE., MM., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Kampus D Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

6. Teman – teman dan kakak angkatan di Universitas Mercu Buana khususnya Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan semangat dan doanya.
7. Pihak – pihak lain yang tidak bias peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini, lebih dan kurangnya saya ucapkan terima kasih.

Jakarta, 2 Januari 2019

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Citra Vivi Ayuli

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kontribusi Penelitian	7
BAB II	KAJIAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS
A. Kajian Teoritis	9
B. Rerangka Konseptual	22
C. Pengembangan Hipotesis	23

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	27
B. Desain Penelitian	27
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	27
1. Definisi Variabel	27
2. Operasionalisasi Variabel	27
D. Pengukuran Variabel	31
E. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi Penelitian	31
2. Sampel Penelitian	32
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Metode Analisis	33
1. Statistik Deskriptif	33
2. Uji Kualitas Data	34
a. Uji Validitas	34
b. Uji Reliabilitas	34
3. Uji Asumsi Klasik	35
a. Uji Normalitas	35
b. Uji Multikolonieritas	35
c. Uji Heteroskedastisitas	36
4. Uji Analisis Linear Berganda	36
5. Uji Kesesuaian Model	37
6. Uji Hipotesis	38

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	40
1. Tempat dan Waktu Penelitian	41
2. Karakteristik Profil Responden	41

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin	41
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	42
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	43
1. Deskriptif Jawaban Responden pada variable Loyalitas	
Konsumen	45
2. Deskriptif Jawaban Responden pada variable	
Kualitas Pelayanan	45
3. Deskriptif Jawaban Responden pada variable Citra	
Merek	46
4. Deskriptif Jawaban Responden pada variable Harga ...	47
C. Hasil Uji Kualitas Data	47
1. Hasil Uji Validitas	47
2. Hasil Uji Reliabilitas	49
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	50
1. Hasil Uji Normalitas	50
2. Hasil Uji Multikolonieritas	51
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	52
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)	52
2. Hasil Uji F ANOVA	53
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	53
G. Hasil Uji Hipotesis	54
H. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	58
---------------------	----

B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	61
DAFTAR JURNAL	63
LAMPIRAN	65



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR TABEL

No. Keterangan

1.1	Top brand Index Jasa Kurir di Indonesia Tahun 2013 s/d 2017.....	2
2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	29
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.4	Kriteria Interpretasi Skor.....	43
4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	44
4.6	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Loyalitas Konsumen.....	45
4.7	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	45
4.8	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek.....	46
4.9	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga.....	47
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	48
4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	49
4.13	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	49
4.14	Hasil Uji Reliabilitas.....	50
4.15	Hasil Uji Normalitas.....	51
4.16	Hasil Uji Multikolonieritas.....	51
4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	52
4.19	Hasil Uji F ANOVA.....	53
4.20	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.21	Hasil Uji Hipotesis.....	54

DAFTAR GAMBAR

No. Keterangan

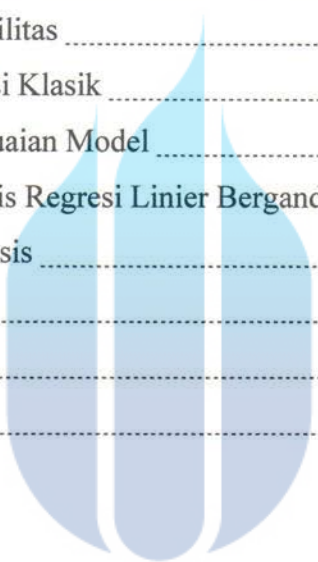
2.1	Rerangka Konseptual.....	23
-----	--------------------------	----



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2	Hasil Tabulasi	66
Lampiran 3	Hasil Analisis Frekuensi	74
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskriptif	75
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 6	Hasil Uji Reliabilitas	82
Lampiran 7	Hasil Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 8	Hasil Uji Kesesuaian Model	85
Lampiran 9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	86
Lampiran 10	Hasil Uji Hipotesis	87
Lampiran 11	Tabel R	88
Lampiran 12	Tabel F	89
Lampiran 13	Tabel T	90


 UNIVERSITAS
 MERCU BUANA