



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MOBIL TOYOTA AVANZA
(Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Mobil Toyota Avanza
Di Bekasi)**

TESIS

UNIVERSITAS
YOVI ELPANA
55113320016
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2018**

ABSTRACT

This research is intended to analyze the influence of Brand Image and Brand Trust on Customer Loyalty of Toyota Avanza Cars at PT.Anzon Toyota Tambun. The research data are the primary data compiled directly from the population consisting of 100 peoples. 100 peoples to be the sample using the Convenience sampling method. That is, Collecting data through questionnaires. Where the sample unit to be pulled is easy to contact , not troublesome , easy to measure and cooperative . Data were analyzed using the validity and reliabilities data then checking with classical assumptions and core analysis using linear regression. The result showed that Brand Image and Brand Trust simultaneously are having significant influence the Customer Loyalty of Toyota Avanza Cars at PT.Anzon Toyota Tambun. Partially Brand Image had significantly influenced on Customer Loyalty. Partially Brand Trust had significantly influenced on Customer Loyalty. Brand Trust is the biggest significant variable in influencing Customer Loyalty of Toyota Avanza Cars at PT.Anzon Toyota Tambun .

Keywords: Brand Image , Brand Trust , Customer Loyalty .



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza pada PT.Anzon Toyota Tambun. Data penelitian merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari populasi keseluruhan sebanyak 100 orang. Total sampel sebanyak 100 responden menggunakan metode Convenience sampling. Yaitu 'pengumpulan data melalui kuesioner di mana unit sample yang akan di tarik mudah di hubungi , tidak menyusahkan , mudah untuk mengukur dan bersifat kooperatif . Data yang terkumpul dianalisa menggunakan pengujian validitas dan realibilitas data, selanjutnya dilakukan pengecekan dengan asumsi klasik dan analisa inti dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Merek dan Kepercayaan Merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza pada PT.Anzon Toyota Tambun. Secara parsial Citra Merek berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Secara parsial Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepercayaan Merek merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza pada PT.Anzon Toyota Tambun .

Kata kunci: Citra Merek , Kepercayaan Merek , Loyalitas Pelanggan .

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus pada Masyarakat Pengguna Mobil Toyota Avanza di Bekasi)

Bentuk Tesis : Penelitian

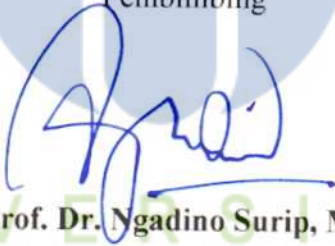
Nama : Yovi Elpana

NIM : 55113320016

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan
Pembimbing


(Prof. Dr. Ngadino Surip, MS.)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen


(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)


(Dr. Aty Herawati, M.Si., CFRM.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini :

Judul : Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Mobil Toyota Avanza Di Bekasi)

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Yovi Elpana

NIM : 55113320016

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 20 Oktober 2018

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen pembimbing yang telah ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana .

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis ini di perguruan tinggi lain . Semua informasi , data , dan hasil pengolahannya yang di gunakan , telah di nyatakan secara jelas sumbernya dan dapat di periksa kebenarannya .

Jakarta , 20 Oktober 2018



Yovi elpana

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis

Tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota Avanza ”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan tesis ini penulis dibantu oleh beberapa pihak dan pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, ilmu dan pengalamannya kepada penulis.
2. Masydzulhak Djamil Mz, Prof. Dr , SE, MM selaku dosen penelaah tesis pada seminar tesis yang telah dilaksanakan .
3. Tajuddin Pogo, Lc, MH selaku penelaah tesis pada sidang tesis yang dilaksanakan pada hari sabtu tanggal 20 Oktober 2018
4. Ahmad Badawi, Dr, SE, MM Selaku ketua sidang tesis yang di laksanakan pada hari sabtu tanggal 20 oktober 2018
5. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat dalam meraih
6. Segenap Dosen Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Management yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

7. Seluruh Staff Akademik Program Pascasarjana dan rekan-rekan angkatan 24 Universitas Mercu Buana.
8. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.



Jakarta, 20 Oktober 2018

Penulis

Yovi Elpana

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

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT.....	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	14
 BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	15
2.2. Lingkup Bidang Usaha	21
2.3. Sumber Daya	26
2.4. Tantangan Bisnis	30
2.5. Proses Bisnis Perusahaan	35

BAB III.	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1.	Kajian Pustaka.....	36
3.2.	Penelitian Terdahulu.....	80
3.3.	Kerangka Pemikiran.....	87
3.4.	Hipotesis.....	87
BAB IV.	METODE PENELITIAN	
4.1.	Desain Penelitian.....	89
4.2.	Variabel dan Pengukuran Variabel	90
4.3.	Populasi dan Sampel	97
4.4.	Jenis dan Sumber Data	98
4.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	98
4.6.	Teknik Analisis Data	99
BAB V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1	Hasil Penelitian.....	114
5.2	Pembahasan.....	139
BAB VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1	Kesimpulan.....	146
6.2	Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA.....		150
LAMPIRAN.....		156
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		173

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Mobil Terlaris Tahun 2014	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Avanza Tahun 2004-2015	6
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	81
Tabel 4.1 Variabel Operasionalisasi Penelitian	94
Tabel 4.2 Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert	96
Tabel 4.3 Matrik Korelasi Dari Dimensi Antar Dimensi	112
Tabel 4.4 Pedoman Untuk Menginterpretasikan Koefisien Korelasi (r).....	113
Tabel 5.1 Karakteristik Responden	114
Tabel 5.2 Pengisian Kuesioner responden Variabel Citra Merek	116
Tabel 5.3 Pengisian Kuesioner responden Variabel Kepercayaan Merek...	117
Tabel 5.4 Pengisian Kuesioner responden Variabel Loyalitas Pelanggan ..	118
Tabel 5.5 Deskriptif Variabel dan Dimensinya	119
Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas	121
Tabel 5.7 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	122
Tabel 5.8 Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	123
Tabel 5.9 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (X3).....	123
Tabel 5.10 Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Z.....	127
Tabel 5.11 Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Z.....	128
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	129
Tabel 5.13 Anova Test.....	132
Tabel 5.14 Uji t Hitung dan Signifikan Variabel Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	134
Tabel 5.15 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....	136
Tabel 5.16 Hasil Uji Koefisien Regresi	137
Tabel 5.17 Matriks Korelasi Antar Dimensi	138
Tabel 5.18 Pedoman Untuk Menginterpretasikan Koefisien Korelasi (r).....	139

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Penjualan Avanza (Rata-Rata Unit/Bulan).....	7
Gambar 1.2 Hasil Survey Pendahuluan Kepada Pengguna Mobil Toyota Avanza	11
Gambar 2.1 Logo Toyota	23
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Toyota Astra Motor	29
Gambar 2.3 Toyota Avanza Generasi Pertama, Tahun 2014.....	31
Gambar 2.4 Toyota All New Avanza 2012 – Generasi ke Dua	33
Gambar 2.5 Toyota Grand New Avanza 2015 – Generasi ke Tiga	34
Gambar 3.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Terhadap Merek	48
Gambar 3.2 Model Kerangka Pemikiran	87
Gambar 5.1 Diagram Normal PP. Plot of Normalities	125
Gambar 5.2 Diagram Histogram Data Penelitian	126
Gambar 5.3 Grafik P-Plot Of Normalitas	131

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