ANALISIS LOYALITAS
PENGGUNA JASA PENDIDIKAN PASAR MODAL
DI THE INDONESIA CAPITAL MARKET INSTITUTE
(TICMI) JAKARTA

SKRIPSI

Nama : Irwansyah

NIM : 43117310062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2020

http://digilib.mercubuana.ac.id/

ANALISIS LOYALITAS PENGGUNA JASA PENDIDIKAN PASAR MODAL DI THE INDONESIA CAPITAL MARKET INSTITUTE (TICMI) JAKARTA

SKRIPSI

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

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Nama : Irwansyah

NIM : 43117310062

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2020

http://digilib.mercubuana.ac.id/

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irwansyah

NIM : 43117310062

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Januari 2020



Irwansyah

NIM : 43117310062

http://digilib.mercubuana.ac.id/

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama	: Irwansyah
NIM	: 43117310062
Program Studi	: S1 Manajemen
Judul Skripsi	: Analisis Loyalitas Pengguna Jasa Pendidikan Pasar Modal Di The Indonesia Capital Market Institute (TICMI) Jakarta
Tanggal Lulus Ujian	: 29 Januari 2020

Disahkan Oleh :

Pembimbing

Dra. Yanti Murni, MM
Tanggal: 8 Feb 2020

Ketua Penguji

Dr. Parwoto ST, MM
Tanggal: 8 Feb 2020

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dekan

Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA
Tanggal: 8 Feb 2020

Ketua Program Studi
SI Manajemen

Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal: 8 Feb 2020

http://digilib.mercubuana.ac.id/

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap loyalitas pengguna jasa pendidikan pasar modal di The Indonesia Capital Market Institute (TICMI) di Jakarta. Desain penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah desain klausal untuk mengetahui antar variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan menggunakan SPSS. Metode penarikan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian melalui kuesioner. Hasil penelitian yang telah didapatkan setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Sedangkan harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa pendidikan pasar modal di The Indonesia Capital Market Institute (TICMI).

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

ABSTRACT

The purpose of this research is how to tested and analyzed the effect of service quality, price and brand image on customer loyalty in capital market education services at The Indonesia Capital Market Institute (TICMI) in Jakarta. The research design used by researchers is a clause design to find out between variables, both independent variables and dependent variables. The sampling technique in this research uses purposive sampling technique. To analyzed the data, it used SPSS that collected from 100 respondents. The sampling method uses Purposive Sampling. The method of data collection uses a survey method with research instruments through a questionnaire. The results of this research that have been obtained after testing the Hypothesis Test Model show that service quality and brand image have a positive and significant effect on loyalty. While prices have a positive and not significant effect on customer loyalty of capital market education services at The Indonesia Capital Market Institute (TICMI).

Key words: Service Quality, Price, Brand Image, Customer Loyalty

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan semua rahmat, taufik, hidayah, dan barokah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **"Analisis Loyalitas Pengguna Jasa Pendidikan Pasar Modal Di The Indonesia Capital Market Institute (TICMI) Jakarta".** Skripsi yang ada dalam mata kuliah wajib yaitu Tugas Akhir sebagai tahap memperoleh gelar Sarjana sesuai dengan kurikulum Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang memiliki tujuan untuk mahasiswa mendapatkan pengetahuan dalam penelitian dan studi kasus yang tidak diperoleh di bangku kuliah serta membantu mahasiswa dalam mengaplikasikan semua materi kuliah secara nyata.

Penelitian menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusun skripsi penelitian ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dra. Yanti Murni, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Selain itu peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, M.S. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak.,M.Si.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana kampus D Kranggan.
5. Direksi The Indonesia Capital Market Institute yang telah mendukung dalam penulisan penelitian ini.
6. Kepada orang tua penulis yang penuh kasih dan sayang dalam mendidik dan memberi motivasi serta doa kepada peneliti.
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta dan karyawan The Indonesia Capital Market Institute.
8. Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah membantu dalam penulisan penelitian ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi penelitian ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukkan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 29 Januari 2020

Irwansyah

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
ABSTRAK iv
ABSTRAC v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian 6
BAB II TINJAUAN TEORITIS, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS
A. Tinjauan Teoritis 8
1. Manajemen 8
a. Definisi Manajemen 8
b. Definisi Pemasaran 9
c. Definisi Manajemen Pemasaran 10
d. Definisi Bauran Pemasaran 11
2. Loyalitas Pelanggan 12
a. Definisi Loyalitas Pelanggan 12
b. Indikator Loyalitas Pelanggan 13
3. Kualitas Pelayanan 16
a. Definisi Kualitas Pelayanan 16
b. Dimensi Kualitas Pelayanan 17
4. Harga 20

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

a. Definisi Harga 20
b. Indikator Harga 21
5. Citra Merek 25
a. Definisi Citra Merek 25
b. Dimensi Citra Merek 27
6. Penelitian Terdahulu 26
B. Rerangka Konseptual 33
C. Pengembangan Hipotesis 35
BAB III METODE PENELITIAN
A. Tempat dan Waktu Penelitian 37
B. Desain penelitian 37
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel 38
1. Definisi Variabel 38
2. Operasionalisasi Variabel 39
D. Skala Pengukuran Variabel 39
E. Populasi dan Sampel Penelitian 40
1. Populasi Penelitian 41
2. Sampel Penelitian 41
F. Teknik Pengumpulan Data 42
G. Teknik Analisis Data 42
1. Uji Kualitas Data 42
a. Uji Validitas 42
b. Uji Reliabilitas 43
2. Uji Asumsi Klasik 44
a. Uji Normalitas 44
b. Uji Liniearitas 45
c. Uji Multikolineartitas 46
d. Uji Heteroskedatisitas 46
3. Uji Kesesuaian Model 47
a. Koefisien Determinasi (R^2) 47
b. Uji Signifikansi - F (Anova) 48

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

4. Analisis Regresi Linier Berganda 49
5. Uji Hipotesis (Uji t) 50

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....51
B. Deskripsi Responden 55
1. Karakteristik Profil Responden.....55
a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....55
b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 56
c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....56
d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....57
e. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan 58
C. Hasil Uji Deskriptif 58
D. Hasil Uji Kualitas Data 60
1. Hasil Uji Validitas.....60
2. Hasil Uji Reliabilitas 62
E. Hasil Uji Asumsi Klasik 63
1. Hasil Uji Linieritas.....63
2. Hasil Uji Normalitas 64
3. Hasil Uji Multikolonieritas 67
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas 67
F. Hasil Uji Kesesuaian Model 68
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 68
2. Hasil Uji F Anova 68
G. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 70
H. Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....71
I. Pembahasan Hasil Penelitian 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 75
B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 78

LAMPIRAN 81

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Frekuensi Keikutsertaan Kelas Pendidikan Pasar Modal TICMI	4
1.2	Grafik Survei Pelanggan	5
2.1	Penelitian Terdahulu	30
3.1	Operasional Variabel	39
3.2	Skor Berdasarkan Skala Likert	40
4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2	Responden Berdasarkan Usia	56
4.3	Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	56
4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.5	Responden Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan	58
4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif	59
4.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	60
4.8	Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	61
4.9	Hasil Uji Validitas Citra Merek (X_3)	63
4.10	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	62
4.11	Hasil Uji Reliabilitas	62
4.12	Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan (X_1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	63
4.13	Hasil Uji Linieritas Harga (X_2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	63
4.14	Hasil Uji Linieritas Citra Merek (X_3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	64
4.15	Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov	66
4.16	Hasil Uji Multikolonieritas	66
4.17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.18	Hasil Uji F (Anova).....	68
4.19	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.20	Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	71

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pertumbuhan Peserta Pendidikan Pasar Modal TICMI 2019	3
1.2	Grafik Survei Pelanggan TICMI	5
2.1	Rerangka Konseptual	34
4.1	Struktur Organisasi TICMI	54
4.2	Hasil Uji Normalitas Dengan P-P Plot	64
4.3	Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram	65
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisioner Penelitian	81
2	Jawaban Responden	85
3	Karakteristik Responden.....	87
4	Hasil Uji Deskriptif	88
5	Hasil Uji Kualitas Data	89
6	Hasil Uji Asumsi Klasik	91
7	Hasil Uji Kesesuaian Model	92
8	Hasil Uji Regresi Berganda	93

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/