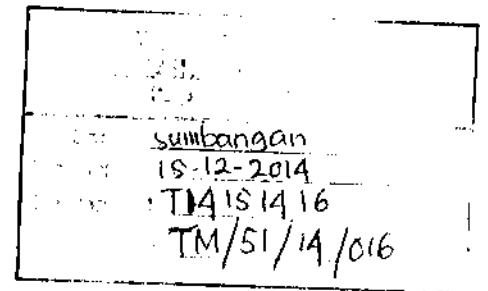




UNIVERSITAS
MERCU BUANA



ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
LAYANAN SERVICE CENTER TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus : NOKIA CARE CENTER WILAYAH JAKARTA)

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

Gerry Sasongko Herbudi
NIM : 55111120247

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014



ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
LAYANAN SERVICE CENTER TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus : NOKIA CARE CENTER WILAYAH JAKARTA)

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Manajemen

MERCU BUANA

Oleh
Gerry Sasongko Herbudi
NIM : 55111120247

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014

ABSTRAK



BUKU INI MILIK
UPT. PERPUSTAKAAN
Harap Dijaga Keutuhannya

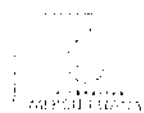
Tesis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dari pengguna ponsel Nokia di seluruh wilayah Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan sistem sensus pengumpulan data melalui pengisian kuesioner oleh responden. Responden dalam penelitian ini berjumlah 200 orang. Teknik pengolahan data dan analisis model menggunakan SPSS versi 20 dan Structural Equation Model (SEM) dengan Program Lisrel 8.7. Dari hasil penelitian ini adalah bahwa citra merek mempunyai efek terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki efek positif pada kepuasan pelanggan. Citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki efek positif terhadap loyalitas pelanggan. Dan kepuasan pelanggan memiliki efek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: citra merek, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT



UNIVERSITAS
MERCUBUANA
UPT. FAKULTAS
MANAJEMEN INFORMATIKA

This thesis aims to find out about the influence of brand image, service quality and customer satisfaction to customer loyalty from Nokia phone users across Jakarta area. The method used in this study is a descriptive analysis of the census data collection system through the use of questionnaires to the respondents. Respondents in this study amounted to 200 people. Data processing technique and analysis of the model using SPSS version 20 and the Structural Equation Model (SEM) with Lisrel 8.7 program. From the results of this study, brand image affects customer satisfaction. Service quality has a positive effect on customer satisfaction. Brand image affects customer loyalty. Service quality has a positive effect on customer loyalty. And customer satisfaction have an effect on customer loyalty.

Keywords: brand image, service quality, customer satisfaction, customer loyalty



UNIVERSITAS
MERCUBUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Service Center Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Nokia Care Center Wilayah Jakarta)

Bentuk karya akhir : Studi kasus

Nama : Gerry Sasongko Herbudi

NIM : 55111120247

Program : Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen.

Tanggal : 25 Februari 2014

Mengesahkan :
Pembimbing Utama

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dr. Ir. W. Harry Susilo MM, IAI

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Direktur Program Pasca Sarjana



BUKU INI MILIK
UPT. PERPUSTAKAAL.
Harap Dijaga Keutuhannya


Dr. Augustina Kurniasih, ME.


Prof. Dr. Didik J. Rachbini

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Service Center Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Nokia Care Center Wilayah Jakarta)

Bentuk Tesis : Studi kasus

Nama : Gerry Sasongko Herbudi

NIM : 55111120247

Program : Pasca sarjana Program Studi Magister Manajemen.

Tanggal : 25 Febuari 2014

Merupakan hasil studi program Pasca Sarjana, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 25 Febuari 2014


METERAI TEMPEL
PAJAK ALYALIMAH BANGSA
7000
6000
DJP

Gerry Sasongko Herbudi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Service Center Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Nokia Care Center Wilayah Jakarta).

Tesis ini di tulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan bantuan selama proses penyusunan tesis ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Dr. Ir. W. Harry Susilo MM, IAI, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan serta petunjuk dalam penyusunan tesis ini.
2. Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D., selaku penguji seminar karya akhir yang telah memberikan kritik dan saran sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Dr. Rina Astini, ME, selaku dosen penguji sidang akhir dan Wawan Purwanto, SE, MM, selaku ketua sidang akhir yang telah banyak memberikan kritik dan saran dalam penyelesaian tesis ini.

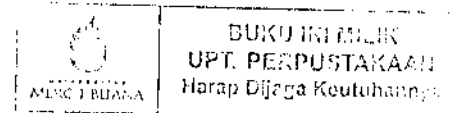
4. Dr. Augustina Kurniasih, ME., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Administrasi Program Pasca sarjana Universitas Mercu Buana Jakarta termasuk rekan-rekan mahasiswa yang banyak membantu selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini.
7. Pimpinan dan staff Nokia Care Center wilayah Jakarta yang telah memberi ijin kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian.
8. Kedua orang tua dan adik-adik yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa.
9. Serta Semua pihak yang telah banyak memberi bantuan kepada Penulis, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga tesis ini bisa menambah wawasan mengenai pemasaran dan penulis menyadari bahwa dalam pembuatan tesis ini masih jauh dari sempurna untuk itu penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan kearah kesempurnaan. Akhir kata penulis sampaikan terima kasih.

Jakarta, 25 Febuari 2014

Gerry Sasongko Herbudi

DAFTAR ISI



	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah	5
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Dan Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Maksud Penelitian	7
1.4.2. Kegunaan Penelitian	8
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan	9

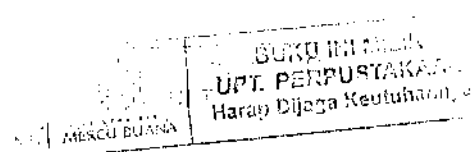
2.2.	Ruang Lingkup Perusahaan.....	11
2.3.	Kegiatan Fungsi Bisnis.....	12
2.3.1.	Penjualan Dan Pemasaran.....	12
2.3.2.	Pelayanan Purna Jual.....	13
BAB III	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
3.1.	Kajian Teori	16
3.1.1.	Citra Merek	16
3.1.2.	Kualitas Layanan.....	21
3.1.3.	Kepuasan Pelanggan.....	26
3.1.4.	Loyalitas Pelanggan	31
3.2.	Penelitian Terdahulu	35
3.3.	Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis	37
BAB IV	METODE PENELITIAN	
4.1.	Disain Penelitian.....	38
4.2.	Lokasi Penelitian	38
4.3.	Variabel Penelitian	39
4.4.	Populasi dan Sampel Penelitian	40
4.5.	Metode Pengumpulan Data	42
4.6.	Sumber Data	42
4.7.	Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.7.1.	Uji Validitas.....	43
4.7.2.	Uji Reliabilitas.....	44
4.8	Teknik Analisis Data	44

4.8.1 Analisis Deskriptif	45
4.8.2. Uji Reliabilitas Instrument.....	45
4.9. Uji Hipotesis.....	53
4.10. Uji Dimensi	53
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1. Karatesistik Responden	56
5.2. Analisis Deskriptif.....	60
5.2.1. Citra Merek	70
5.2.2. Kualitas Layanan	62
5.2.3. Kepuasan Pelanggan.....	63
5.2.4. Loyalitas Pelanggan.....	64
5.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	65
5.4. Uji Normalitas.....	68
5.5. Uji Kecocokan Model	69
5.6. Model Pengukuran	71
5.6.1. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Citra Merek..	73
5.6.2. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kualitas Layanan.....	74
5.6.3. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Kepuasan Pelanggan.....	76
5.6.4. Analisis Model Pengukuran Variabel Laten Loyalitas Pelanggan.....	78
5.7. Model Struktural.....	79

5.7.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	81
5.7.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
5.7.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
5.7.4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
5.7.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
5.8. Hasil Analisis Korelasi Antar Dimensi Dan Indikatornya	86
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	136

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL



	Halaman
Tabel II.1 Lokasi pusat layanan perbaikan Nokia.....	14
Tabel III.1 Penelitian sebelumnya	35
Tabel IV.1 Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian	39
Tabel IV.2 Lambang Statistik untuk Indikator dan Variabel yang Diteliti	47
Tabel IV.3 Persamaan Model Struktural pada Diagram Jalur	48
Tabel IV.4 Persamaan Model Pengukuran Exogenous Constructs pada Diagram Jalur	49
Tabel IV.5 Persamaan Model Pengukuran Endogenous Constructs pada Diagram Jalur	49
Tabel IV.6 Rancangan Matrik Korelasi Variabel Independent Dan Variabel Interviening.....	54
Tabel IV.7 Rancangan Matrik Korelasi Variabel Independent, Variabel Interviening Dan Variabel Dependent.....	55
Tabel V.1 Rincian jumlah responden survey	56
Tabel V.2 Pendapat responden mengenai Citra Merek	61
Tabel V.3 Pendapat responden mengenai Kualitas Layanan	62
Tabel V.4 Pendapat responden mengenai Kepuasan pelanggan	63
Tabel V.5 Pendapat responden mengenai Loyalitas pelanggan	64
Tabel V.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	66
Tabel V.7 Hasil Uji Normalitas	69
Tabel V.8 Hasil Uji Kecocokan Model	70
Tabel V.9 Ringkasan Hasil Uji Parameter Model Pengukuran Variabel Citra Merek.....	73

Tabel V.10 Ringkasan Hasil Uji Parameter Model Pengukuran Variabel Kualitas Layanan.....	75
Tabel V.11 Ringkasan Hasil Uji Parameter Model Pengukuran Variabel Kepuasan Pelanggan.....	77
Tabel V.12 Ringkasan Hasil Uji Parameter Model Pengukuran Variabel Loyalitas Pelanggan.....	78
Tabel V.13 Hasil Pengujian Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel V.14 Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	82
Tabel V.15 Hasil Pengujian Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
Tabel V.16 Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel V.17 Hasil Pengujian Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel IV.18 Hasil Matrik Korelasi Variabel Independent Dan Variabel Interviening.....	86
Tabel IV.19 Hasil Matrik Korelasi Variabel Independent, Variabel Interviening Dan Variabel Dependent.....	87

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Grafik Indeks Kepuasan Pelanggan Nokia Care Center Area Jakarta.....	3
Gambar I.2 Data Pangsa Pasar Dari Produsen Hand Phone di Indonesia	4
Gambar II.1 Ruang Lingkup Nokia	11
Gambar III.1 Modifikasi Proses Pengembangan Citra Merek	20
Gambar III.2 Kerangka Pemikiran Penelitian	37
Gambar IV.1 Struktur Analisis Variabel penelitian Secara Keseluruhan	46
Gambar V.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar V.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar V.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Gambar V.4 Distribusi Responden Berdasarkan Profesi	59
Gambar V.4 Distribusi Responden Berdasarkan Budget	60
Gambar V.6 Q-plot of Standarized Residuals	68
Gambar V.7 Estimasi Parameter Overall Measurement Model	71
Gambar V.8 . Statistik t-hitung Overall Measurement Model	72
Gambar V.9 Diagram Jalur Model Pengukuran Citra Merek	73
Gambar V.10 Diagram Jalur Model Pengukuran Kualitas Layanan	74
Gambar V.11 Diagram Jalur Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan	76
Gambar V.12 Diagram Jalur Model Pengukuran Loyalitas Pelanggan	78
Gambar V.13 Koefisien Standarisasi Model Struktural	80