

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BLACKBERRY
(STUDI KASUS PADA TOP STAR ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT)**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

Nama : I Made Indrawan
N I M : 43108110089



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN BLACKBERRY
(STUDI KASUS PADA TOP STAR ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

Nama : I Made Indrawan
N I M : 43108110089



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : I Made Indrawan
NIM : 43108110089
Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND
IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
BLACKBERRY (STUDI KASUS PADA TOP STAR ITC
ROXY MAS JAKARTA BARAT)

Tanggal Ujian Skripsi : 28 Februari 2012

Disahkan oleh :
Pembimbing



UN (Dra. Yuli Harwani, MM)

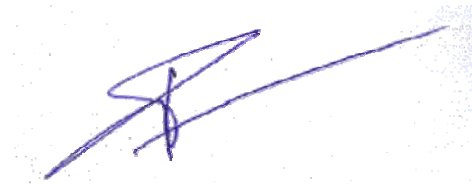
MERCU BUANA

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen – S1



(Dr. Wiwik Utami, Ak, MSi)



(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi
PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN BLACKBERRY (STUDI KASUS PADA TOP STAR ITC ROXY MAS
JAKARTA BARAT)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:
I Made Indrawan
43108110089

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 28 Februari 2012

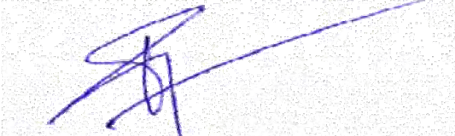
Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



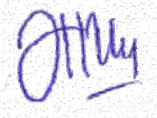
Dra. Yuli Harwani, MM

Anggota Dewan Penguji



Arief Bowo Prayoga K. SE, MM

Anggota Dewan Penguji



Dra. Aty Herawati, MSi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena atas kuasa-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ” PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BLACKBERRY (STUDI KASUS PADA TOP STAR ITC ROXY MAS JAKARTA BARAT)”. Penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu syarat dinyatakan lulus dari Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak dimana tanpa bantuan dari mereka tidak mungkin skripsi ini akan selesai sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan doanya.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM, selaku dosen pembimbingku yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan dan sarannya.
4. Ibu Luna Haningsih, SE, ME selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
5. Saudaraku semuanya dan Anne.
6. Seluruh Dosen Universitas Mercu Buana yang telah menurunkan ilmunya.
7. Teman-teman di Universitas Mercu Buana.
8. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangannya. Karena itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan dan saran juga kritik yang positif. Semoga skripsi ini berguna dan memberikan manfaat bagi siapa saja.

Jakarta, Februari 2012

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Kualitas Produk	14
2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	24
2.4 Perilaku Konsumen	29
2.5 Kepuasan Pelanggan	32
2.6 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Brand Image</i> dengan Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Penelitian-penelitian Sebelumnya	44
. BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	36
3.2 Desain Penelitian	49
3.3 Hipotesis	50
3.4 Jenis Data	50
3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.6 Populasi dan Sampel	51

3.7 Skala Pengukuran Variabel	52
3.8 Operasional Variabel	54
3.9 Metode Analisis Data	55
. BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden Konsumen Top Star ITC Roxy Mas	60
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk Top Star ITC Roxy Mas	63
4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Image</i> Top Star ITC Roxy Mas	70
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan Top Star ITC Roxy Mas	73
4.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	90
B. Saran	92
Daftar Pustaka	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 : Instrumen Skala Likert	53
Tabel 3.2 : Operasional Variabel	54
Tabel 3.3 : Interpretasi Koefisien Korelasi	58
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 : Umur	61
Tabel 4.3 : Pendidikan	61
Tabel 4.4 : Pekerjaan	62
Tabel 4.5 : Frekuensi Pembelian	62
Tabel 4.6 : Terjamin Ketersediaan dan Pasokan	63
Tabel 4.7 : Berkualitas Tinggi dan Jarang Bermasalah	64
Tabel 4.8 : Kualitas Berstandar Research In Motion (RIM)	64
Tabel 4.9 : Spesifikasi dan Desain Produk	65
Tabel 4.10 : Tahan Lama dan Memberikan Garansi	65
Tabel 4.11 : Tenaga yang Cakap dan Handal dalam Menangani Keluhan	66
Tabel 4.12 : Bervariasi Model, Assesories dan Model Terbaru	66
Tabel 4.13 : Mutu atau Kualitas Sesuai dengan Spesifikasi yang Dirasakan	67
Tabel 4.14 : Analisis Tanggapan Mengenai Kualitas Produk BlackBerry Top Star ITC	68
Tabel 4.15 : Produk Sudah Terkenal dan Mudah Diingat	70
Tabel 4.16 : Kualitasnya yang Bagus dan Terjamin Perbaikannya	71
Tabel 4.17 : Fasilitas, Teknisi, Citra Perusahaan dan Pelayanan Professional	71
Tabel 4.18 : Analisis Tanggapan Mengenai Brand Image Top Star ITC Roxy Mas	72
Tabel 4.19 : Puas dengan Produk BlackBerry dan Pelayanan yang Diberikan	73

Tabel 4.20	: Puas Kinerja yg Diberikan oleh Top Star ITC Roxy Mas	74
Tabel 4.21	: Puas Manfaat Produk BlackBerry yang Dirasakan	74
Tabel 4.22	: Puas dengan Penanganan Keluhan dan Saran	75
Tabel 4.23	: Puas dengan Jaminan Garansi dan Perbaikan yang Diberikan ...	75
Tabel 4.24	: Puas Fasilitas Gedung, Keramahan Karyawan dan Suasana	76
Tabel 4.25	: Analisis Tanggapan Kepuasan Pelanggan Top Star ITC Roxy Mas	77
Tabel 4.26	: Validitas Kualitas Produk	79
Tabel 4.27	: Reliabilitas Kualitas Produk	80
Tabel 4.28	: Validitas Brand Image	80
Tabel 4.29	: Reliabilitas Brand Image	81
Tabel 4.30	: Validitas Kepuasan pelanggan (Item-Total Statistics)	81
Tabel 4.31	: Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	82
Tabel 4.32	: Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.33	: Koefisien Determinasi	84
Tabel 4.34	: Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	85
Tabel 4.35	: Uji t	86
Tabel 4.36	: Uji F	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Jawaban Kuesioner Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Kepuasan
Pelanggan

Lampiran 3 : Hasil Output SPSS 17

Lampiran 4 : Tabel r (*Product Moment*)

Lampiran 5 : Tabel Distribusi t atau Tabel t

Lampiran 6 : Tabel Distribusi F atau Tabel F untuk taraf signifikan 5%

