

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GRAND
FURNITURE PADA PT FORMCASE INDUSTRIES
TANGERANG”**

SKRIPSI

Nama : Al Heri Kisworo

NIM : 43107110103



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM KELAS KARYAWAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012

Lampiran 3

Contoh Halaman Pernyataan Karya Sendiri

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AL. HERI KISWORO
NIM : 43107110103
Program Studi : MANAJEMEN - STARTA1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan 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, 14 - OKTOBER - 2011

Heri Kisworo



AL.HERI KISWORO

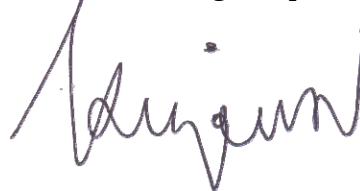
NIM. 43107110103

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **AL HERI KISWORO**
NIM : 43107110103
Program/Jurusan : Manajemen - Strata 1
Judul Skripsi : " PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PRODUK GRAND FUNITURE
PADA PT FORMCASE INDUSTRIES
TANGERANG"
Tanggal Lulus Ujian : 22 Maret 2012

Disahkan oleh :

Pembimbing Skripsi



(**Priyono, SE, ME**)

Dekan



(**DR. Wiwik Utami. Ak, MS**)

Ketua Program Studi Manajemen - SI



(**H. Arief Bowo Prayoga K., SE, MM**)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

“Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan
Produk Grand Furniture pada PT FROMCARE Industries Tangerang .”

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

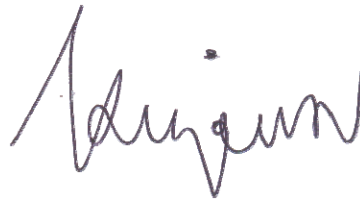
Al Heri Kisworo

43107110-103

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 22 Maret 2012

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi



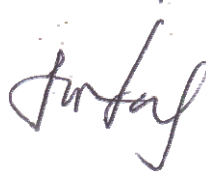
(Priyono, SE, ME)

Anggota Dewan Penguji 1



(Yuhasril, SE, ME)

Anggota Dewan Penguji 2



(Tri Wahyono, SE, ME)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, syukur Alhamdulillah penulis penatkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Di dalam penulisan ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dalam pengumpulan data, penyajian isi, maupun teknik penulisan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada semua pihak yang telah membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

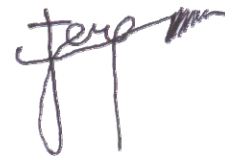
1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho. MM. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu DR. Wiwik Utami. Ak, MS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak H. Arief Bowo Prayoga K.,SE, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen S-I Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono, SE. ME. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat dalam penyusunan penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana, yang telah sabar memberikan banyak ilmu kepada penulis selama perkuliahan.
6. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda yang penulis banggakan dan Ibundaku tercinta dan adik-adikku yang telah

banyak memberikan dukungan dan pengorbanan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

7. Seluruh pihak yang telah ikut membantu hingga skripsi ini selesai.

Penulis sadar skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun, semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik atas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Jakarta, Februari 2012

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Al Heri Kisworo', with a stylized flourish at the end.

Al Heri Kisworo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penulisan	6
1.5 Manfaat Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 Filosofi Manajemen Pemasaran	11

2.2	Produk	12
2.2.1	Pengertian Produk	12
2.2.2	Tingkatan Produk	13
2.2.3	Klasifikasi Produk	14
2.3	Kualitas (<i>Quality</i>)	16
2.3.1	Karakteristik Fungsional Istilah "Kualitas"	17
2.3.2	Kualitas Produk (<i>Produk Quality</i>)	17
2.4	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	20
2.4.1	Merek	20
2.4.2	Citra	21
2.4.3	Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
2.4.4	Membangun <i>Brand Image</i>	24
2.4.5	Faktor-faktor dalam Mengkonsumsikan <i>Brand</i> <i>Image</i>	24
2.5	Perilaku Konsumen	26
2.5.1	Perilaku Konsumen Bisnis	26
2.5.2	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	27
2.6	Loyalitas Konsumen	28
2.6.1	Pegertian Loyalitas	28
2.6.2	Jenis Loyalitas	30
2.6.3	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	31
2.6.4	Manfaat Loyalitas Pelanggan	32

2.7 Hubungan Kualitas Produk dan Brand Image dengan Loyalitas Konsumen berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	34
3.1.1 Sejarah Singkat dan Profile PT. Formcase Industries	35
3.1.2 Strategi Bisnis	36
3.1.3 Kebijakan Mutu	36
3.1.4 Sasaran Mutu	37
3.1.5 Pemasaran dan Produk	38
3.2 Desain Penelitian	39
3.3 Jenis Data	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	40
3.5 Populasi dan Sampel	40
3.5.1 Populasi	40
3.5.2 Sampel	41
3.6 Skala Pengukuran Variabel	42
3.7 Operasional Variabel	44
3.8 Metode Pengumpulan Data	45
3.9 Metode Analisis Data	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Responden Konsumen PT Formcase Industries...	53

4.2	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk PT	
	Fromcase Industries	56
4.3	Tanggapan Responden Mengenai Brand Image PT Formcase	
	Industries	63
4.4	Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan PT	
	Formcase Industries	66
4.5	Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image	
	Terhadap Loyalitas Pelanggan	71
4.5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	71
4.5.2	Koefisien Korelasi	74
4.5.3	Koefisien Determinasi	76
4.5.4	Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	77
4.5.5	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	78
4.5.6	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	79
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Intrumen Skala Likert	43
3.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	49
4.1	Lamanya Perusahaan Beroperasi	53
4.2	Besarnya Budget	54
4.3	Lama Membeli	54
4.4	Frekuensi Pembelian	55
4.5	Banyaknya Produk	55
4.6	Terjamin Ketersediaan dan Pasokan Kebutuhan Perusahaan	56
4.7	Berkualitas dan Terlihat Elegant	57
4.8	Kualitas Berstandar Nasional Indonesia	57
4.9	Spesifikasi dan Desain Produk sesuai Keinginan Pelanggan	58
4.10	Jaminan Umur dan Kekuatan Penggunaan	58
4.11	Tenaga yang Cakap dan Handal dalam Mengenai Keluhan	59
4.12	Penampilan Menarik, Bagus dan Mengikuti Perkembangan Jaman	60
4.13	Mutu atau Kualitas Sesuai dengan Spesifikasi yang Dirasakan	60
4.14	Analisis Tanggapan Mengenai Kualitas Produk PT Formcase Industries	61
4.15	Produk Sudah terkenal dan Mudah Diingat	63
4.16	Kualitas yang bagus dan Terjamin Kelangsungan Pasokannya	64

4.17	Fasilita, Para Teknisi, Jaringan dan Pelayanan Profesional	64
4.18	Analisis Tanggapan Mengenai Brand Image PT Formcase Industries...	65
4.19	Biasa Memakai Produk Grand Furniture	67
4.20	Memakai Produk-produk Penunjang Lainnya	67
4.21	Mereferensikan Kepada Perusahaan atau Pihak Lain	68
4.22	Memberikan Informasi Produk pada Pelanggan Lainnya	68
4.23	Anda tidak tertarik Memakai Produk Sejenis Pihak lain	69
4.24	Analisis Tanggapan Loyalitas Pelanggan PT Formcase Industries	69
4.25	Validitas Kualitas Produk	72
4.26	Reliabilitas Kualitas Produk	72
4.27	Validitas Brand Image	73
4.28	Reliabilitas Brand Image	73
4.29	Validitas Loyalitas Pelanggan	74
4.30	Validitas Gaya Kepemimpinan Item-Total Statistiks	75
4.31	Koefisien Korelasi	75
4.32	Koefisien Determinasi	76
4.33	Persamaan Garis Regresi Linier Berganda	77
4.34	Uji Hipotesis Parsial	78
4.35	Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	79

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Jawaban Kuesioner Kualitas Produk, Brand Image Dan Loyalitas Pelanggan

Hasil-Hasil Olahan Spss

Tabel R (Product Moment)

Tabel Distribusi T Atau Tabel T

Tabel Distribusi F Atau Tabel F Untuk Taraf Signifikansi 5%

**“ PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK GRAND
FURNITURE PADA PT FORMCASE INDUSTRIES
TANGERANG”**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

Nama : Al Heri Kisworo

NIM : 43107110103



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM KELAS KARYAWAN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2012