



**ANALISIS KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
DI CELEBRITY FITNESS JAKARTA**
(Studi Kasus Pada Celebrity Fitness Central Park)



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

2018



**ANALISIS KEPERCAYAAN MEREK, CITRA MEREK, DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS MEREK
DI CELEBRITY FITNESS JAKARTA**
(Studi Kasus Pada Celebrity Fitness Central Park)

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
INTHAN ELLEFEN YESAYA
55115120013

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

2018

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Di Celebrity Fitness Jakarta (Studi Kasus Pada Celebrity Fitness Central Park)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Inthan Ellefen Yesaya

Tanggal : 15 Januari 2018



Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

A blue ink signature of Prof. Dr. Didik J. Rachbini.

(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)

A blue ink signature of Dr. Aty Herawati, M.Si.

(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua dalam pernyataan Tesis ini :

Judul	:	Analisis Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Di Celebrity Fitness Jakarta (Studi Kasus Pada Celebrity Fitness Central Park)
Bentuk Tesis	:	Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama	:	Inthan Ellefen Yesaya
NIM	:	55115120013
Program	:	Magister Manajemen
Tanggal	:	15 Januari 2018

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang 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 di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Jakarta, 15 Januari 2018



(Inthan Ellefen Yesaya)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia, rahmat dan pertolongan-Nya sehingga dalam kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan penelitian Tesis yang berjudul :

“Analisis Kepercayaan Merek, Citra Merek Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek Di Celebrity Fitness Jakarta (Studi Kasus Pada Celebrity Fitness Central Park)”.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus, pada kesempatan ini penulis meyampaikan terima kasih kepada :

MERCU BUANA

1. Dr. Adi Nurmahdi, MBA sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Hapzi, MM Selaku Pengaji Sidang Tesis.
3. Prof. Dr. Djumarno, MBA Selaku Ketua Sidang Tesis.
4. Prof. Dr. Didik J. Rachbini sebagai Direktur Program Pascasarjana, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas Magister Manajemen.

5. Dr. Aty Herawati, M. Si. Selaku Ketua Program Studi serta seluruh Dosen dan Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen.
6. Penulis mengucapkan terima kasih kepada ibunda tercinta Ellen Nurwidaryaty dan saudara (kandung) Edmon Indra Yesaya yang tidak berhenti memberikan dukungan doa dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini. Tidak lupa kepada orang tercinta dan terkasih Janto Tan yang selama ini memberikan dukungan moral dan kepercayaan yang begitu besar.
7. Teman-teman Magister Manajemen Mercu Buana angkatan XXIX, terima kasih mau berjuang bersama-sama dan memberikan support yang luarbiasa, terkhususnya kepada Anggi Ardian Dwi S.N yang tidak bosan dan henti-hentinya mengingatkan dan membagi ilmu sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberikan sumbangsih dalam masalah peningkatan loyalitas merek di perusahaan yang diteliti. Tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu peneliti terbuka atas setiap kritik dan saran yang sifatnya membangun, guna menjadi acuan bekal pengalaman untuk lebih baik dimasa yang akan datang.

Penulis

Inthan Ellefen Yesaya

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
ABSTRAK.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	11
1.3. Rumusan Masalah	11
1.4. Manfaat dan Tujuan Penelitian	
1.4.1. Maksud	12
1.4.2. Tujuan	12
1.5. Manfaat Penelitian dan Kegunaan Tesis	12

MERCUBUANA

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah <i>Celebrity Fitness</i>	14
2.2. Visi dan Misi <i>Celebrity Fitness</i>	16
2.3. Logo <i>Celebrity Fitness</i>	17
2.4. Tujuan Perusahaan	17
2.5. Lingkup Bidang Usaha	18
2.6. Sumber Daya dan Struktur Organisasi	18
2.6.1. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	19
2.7. Tantangan Bisnis di Perusahaan	25

2.8. Proses Bisnis di Perusahaan	26
2.9. Kegiatan Dan Strategi Marketing Perusahaan	28
2.9.1 Strategi Mempertahankan Member	29

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka	
3.1.1. Pengertian Pemasaran	31
3.1.2. Kepercayaan Merek (<i>Kepercayaan merek</i>)	33
3.1.3. Citra Merek (<i>Citra merek</i>)	34
3.1.4. Kepuasan Pelanggan (<i>Kepuasan pelanggan</i>)	39
3.1.5. Loyalitas Merek (<i>Loyalitas merek</i>)	43
3.1.5.1. Dimensi Loyalitas Merek	45
3.1.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Merek	46
3.2. Hubungan Antar Variabel	
3.2.1 Hubungan Kepercayaan merek Terhadap Loyalitas merek	47
3.2.2 Hubungan Citra merek Terhadap Loyalitas merek	48
3.2.3 Hubungan Kepuasan pelanggan Terhadap Brand Loyalty	48
3.3. Analisis Korelasi Antar Dimensi	
3.3.1 Pengaruh Kepercayaan merek, Citra merek, Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas merek	49
3.4. Penelitian Terdahulu	58
3.5. Kerangka Pemikiran	64
3.6. Hipotesis	65

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Jenis/Desain Penelitian	66
4.2. Variabel Penelitian	66

4.3. Teknik Pengumpulan Data	66
4.4. Populasi dan Sampel Penelitian	68
4.5. Teknik Analisis Data	
4.5.1. Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen	69
4.5.1.1. Kuesioner	69
4.5.1.2. Uji Validitas	70
4.5.1.3. Uji Reliabilitas	71
4.5.2. Uji Asumsi Klasik	71
4.5.2.1. Uji Normalitas	71
4.5.2.2. Uji Multikolinearitas	72
4.5.2.3. Uji Heteroskedastisitas	73
4.5.3. Uji Regresi Linier Berganda	73
4.5.4. Uji Hipotesis	
4.5.4.1. Uji T (Uji Pengaruh Secara Parsial)	74
4.5.4.2. Uji F (Uji Pengaruh Secara Simultan)	75
4.5.4.3. Analisis Koefisien Determinan (R^2)	75
4.6 Uji Korelasi Antar Dimensi	75

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian	78
5.1.1. Penyajian Data	78
5.1.2. Deskriptif Karakteristik Responden	79
5.2. Statistik Deskriptif Variabel	84
5.3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	
5.3.1. Uji Validitas	85
5.3.2. Uji Reliabilitas	86
5.4. Uji Asumsi Klasik	
5.4.1. Uji Normalitas	89
5.4.2. Uji Multikolinearitas	91
5.4.3. Uji Heterokedastisitas	92
5.5. Uji Regresi Linier Berganda	93

5.6. Uji T (Uji Pengaruh Secara Parsial)	94
5.7. Uji F (Uji Pengaruh Secara Simultan)	96
5.8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	97
5.9. Korelasi Antar Variabel	98
 5.10. Korelasi Antar Dimensi	99
5.11. Analisis Hasil Penelitian	
5.11.1. Pengaruh Brand Trus Terhadap Loyalitas merek.....	100
5.11.2. Pengaruh Citra merek Terhadap Loyalitas merek	101
5.11.3. Pengaruh Kepuasan pelanggan Terhadap Brand Loyalty	103
5.11.4. Pengaruh Kepercayaan merek, Citra merek dan Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas merek	104
 BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	105
6.2. Saran	
6.2.1. Bagi Organisasi	107
6.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	107
 DAFTAR PUSTAKA	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	144

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Banyaknya Tempat Fitness Di Jakarta Berdasarkan Per-Wilayah	3
1.2	Data Total Pengunjung Fitnes Center di Jakarta Barat	4
1.3	Top Brand Index 2016 Fase 2	5
1.4	Skala Pengukuran Penilaian	7
1.5	Data Hasil Presurvey	8
3.1	Penelitian Terdahulu	58
4.1	Operational Variabel Penelitian	67
4.2	Data Member <i>Celebrity Fitness Central Park</i>	68
4.3	Skala Pengukuran	70
4.4	Kerangka Uji Korelasi Antar Indikator	76
4.5.	Koefisien Korelasi Dan Interpretasi	77
5.1	Karakteristik Responden	79
5.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	85
5.3	Hasil Uji Validitas	86
5.4	Hasil Uji Reliabilitas	87
5.5	Hasil Uji Correlation	88
5.6	Hasil Uji Normalitas	92
5.7	Hasil Uji Multikolinearitas	93
5.8	Uji Regresi Linier Berganda	94
5.9	Hasil Uji Simultan	98
5.10	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	99
5.11	Matriks Korelasi Antar Variabel	99
5.12	Matriks Korelasi Antar Dimensi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Prevalensi	2
2.1	Logo <i>Celebrity Fitness</i>	17
2.2	Struktur Organisasi <i>Celebrity Fitness</i>	19
2.3	Proses Bisnis Pendaftaran Member PT. Exertainment	26
3.1	Kerangka Pemikiran	64
5.1	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin ...	80
5.2	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	80
5.3	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia	81
5.4	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	82
5.5	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendapatan	83
5.6	Grafik Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Member	84
5.7	Kurva Normal Histogram	90
5.8	Diagram Normal P-Plot Regression Standardized	91
5.9	Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
I	Kuesioner Penelitian	113
II	Tabulasi Jawaban Responden	119
III	Klasifikasi Karakteristik Responden	127
IV	Hasil Olahan SPSS Karakteristik Responden	130

