



**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN POSISI
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT
DYANDRA COMMUNICATION, Tbk.**



TESIS

Oleh:
NIKEN LARASHATI P

55114110081

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2017**



**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN POSISI
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT
DYANDRA COMMUNICATION, Tbk.**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana

Program Studi Magister
Manajemen

Oleh:

NIKEN LARASHATI P

55114110081

MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Posisi Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Dyandra Communication, Tbk.

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Niken Larashati P.

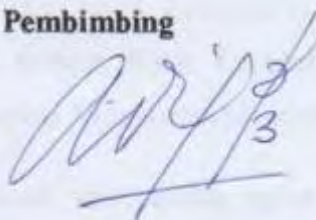
NIM : 55114110081

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Mengesahkan,

Pembimbing



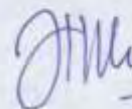
(Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D)

Direktur Program Pasca Sarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof, Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Aty Herawati, M. Si)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Posisi Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Dyandra Communication, Tbk.

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Niken Larashati P.

NIM : 55114110081

Program : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas MercuBuana.

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

Jakarta 2017
METERAI
TEMPEL
ACFACADF812457252
6000
RUPIAH
Niken Larashati P



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis dengan judul

“PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN POSISI MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT DYANDRA COMMUNICATION, Tbk”

Penyusunan tesis ini sebagai syarat dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan Tesis ini penulis banyak mendapatkan motivasi dan bantuan serta masukan yang sangat berarti, tepat kiranya jika penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ir. Har Adi Basri, M.Ec., Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan bimbingan kepada penulis sejak awal penulisan Tesis ini hingga selesai;
2. Dr. Augustina Kurniasih, ME. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan banyak masukan dan bimbingan dalam proses penyelesaian Tesis ini;
3. Seluruh dosen Universitas Mercu Buana, terutama pengampu mata kuliah di Program Magister Manajemen yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan dukungan selama masa kuliah maupun dalam penyusunan Tesis ini;
4. Segenap staf administrasi pengelola Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah menyediakan fasilitas-fasilitas yang diperlukan bagi penulis dalam menyelesaikan studi di Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana;
5. Teman-teman Angkatan 23 Kelas A Kelas Menteng Minggu Program Magister Manajemen, terima kasih atas do'a dan dukungannya.

6. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua Bapak, Ibu, kakak dan adik yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Dalam menyusun Tesis ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada, namun sebagai manusia yang tak luput dari kesalahan, sehingga masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tesis ini. Penulis sangat mengharapkan berbagai masukan, serta kritik yang membangun, demi kesempurnaan Tesis ini. Dan pada akhirnya semoga Tesis ini dapat bermanfaat.

Penulis,

NIKEN LARASHATI P



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.2 Latar Belakang	1
1.3 Identifikasi Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat dan kegunaan Penelitian	9
1.7 Sistematika Penulisan	10
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN (PENELITIAN)	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.1.1 Visi	12
2.1.2 Misi	13
2.1.3 Company Profile	13
2.2 Lingkup Badan Usaha	14
2.3 Struktur Organisasi	15
2.4 Tantangan Bisnis	17

**BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN
DAN HIPOTESIS**

3.1 Citra Merek	19
3.2 Kesadaran Merek	26
3.3 Posisi Merek	29
3.4 Kepuasan Pelanggan	34
3.5 Loyalitas Pelanggan	39
3.6 Penelitian Terdahulu	43
3.7 Kerangka Pemikiran	46

BAB IV DESAIN DAN METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian	49
4.2 Operasional Variabel	49
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	53
4.4 Jenis dan Sumber Data	54
4.5 Metode Pengumpulan Data.....	55
4.6 Teknik Analisis Data	57
4.7 Uji Hipotesis	62



BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	67
5.2 Analisis Deskriptif Variabel	69
5.3 Hasil Uji Validitas	72
5.4 Hasil Uji Reliabilitas	73
5.5 Hasil Uji Normalitas	74
5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
5.7 Hasil Hepotesis dan Analisis Jalur	77
5.8 Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	77

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran	98

DAFTAR PUSTAKA	103
-----------------------------	-----

LAMPIRAN	107
-----------------------	-----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	128
-----------------------------------	-----



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar Pekerjaan Dyacomm Tahun 2015.....	3
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 4.1 Operasional Variabel Penelitian.....	51
Tabel 4.2 Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	58
Tabel 5.1 Karakteristik koresponden berdasarkan kriteria.....	67
Tabel 5.2 Tanggapan Responden.....	69
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 5.4 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 5.5 Uji-t Jalur Model 1	78
Tabel 5.6 Uji-t Jalur Model 2.....	81
Tabel 5.7 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	87
Tabel 5.8 Korelasi Antar Dimensi	90



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Susunan Organisasi PT Dyandra Communication, Tbk.....	15
Gambar 3.1 CITRA MEREK Strategy.....	26
Gambar 3.2 Tingkatan KESADARAN MEREK.....	28
Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.2 Uji Dua Pihak Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	66
Gambar 3.1 Matriks saluran distribusi layanan Gerai Muamalat	30
Gambar 3.2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Pada Uji t	56
Gambar 4.2 Uji Simultan (Uji F)	58
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas Jalur 1	69
Gambar 5.2 Hasil Uji Normalitas Jalur 2	70
Gambar 5.3 Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 1	71
Gambar 5.4 Uji Heteroskedastisitas Jalur Model 2	72
Gambar 5.5 Klausal Empiris Antar Jaur Model 1 dan Model 2	79

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	103
Lampiran 2. Karakteristik Responden	106
Lampiran 3. Persepsi Responden.....	106
Lampiran 4. Tanggapan Responden.....	107
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	122
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	122
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas	125
Lampiran 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas	125
Lampiran 9. Korelasi.....	126
Lampiran 10. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	127





UNIVERSITAS
MERCU BUANA