



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN  
*PERSONAL SELLING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PT. TOYOTA TSUSHO INSURANCE BROKER  
INDONESIA**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

**Firsa Dwi Putra**

**55111110199**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN DAN  
*PERSONAL SELLING* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
PADA PT. TOYOTA TSUSHO INSURANCE BROKER  
INDONESIA**

UNIVERSITAS  
**TESIS**  
MERCU BUANA

**Firsa Dwi Putra**

**55111110199**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2015**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : **Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Personal Selling terhadap Loyalitas Konsumen PT. Toyota Tsusho**

**Insurance Broker Indonesia**

Bentuk Tesis : Penelitian/ Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Firsia Dwi Putra

NIM : 55111110199

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : May 2015

Mengesahkan,

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

Prof. Dr. Ngadino Surip, MS

Direktur Program Pascasarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi

Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa tesis saya dibawah ini :

Judul : **Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Personal Selling terhadap Loyalitas Konsumen PT. Toyota Tsusho Insurance Brokers Indonesia**

Nama : Firsia Dwi Putra

NIM : 55111110199

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Mei 2015

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 pengolahannya yg digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 02 May 2015

Firsia Dwi Putra



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan karunianya penyusunan Tesis yang berjudul “*Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Personal Selling terhadap Loyalitas Konsumen PT. Toyota Tsusho Insurance Broker Indonesia*” dapat di selesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan Tesis ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Tuhan Yang Maha Esa sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun Tesis ini
2. Bapak Dr. Ir. Arsisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Bapak Prof. Dr Didik J Rachbini, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

5. Seluruh Dosen Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah berkenan memberikan semua ilmu dan pengalaman serta membuka cakrawala ilmu pengetahuan kepada Penyusun.
6. Seluruh staf Akademik dan Administrasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang membantu dalam proses perkuliahan dari awal hingga akhir.
7. Seluruh rekan kerja di PT. Toyota Tsusho Insurance Broker Indonesia yang telah memberikan dukungan dan Informasi yang dibutuhkan selama menyusun tesis ini
8. Seluruh keluarga Penyusun yang telah memberikan dukungan selama awal Perkuliahan hingga akhir.
9. Seluruh pihak pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang terlibat Secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan tesis ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan tesis ini.

Jakarta, 02 May 2015

Penulis

Firsa Dwi Putra

55111110199

## DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v-vi
DAFTAR ISI.....	vii-ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR PUSTAKA.....	xii-xiv
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Rumusan Masalah.....	11
1.4 Batasan Masalah.....	12
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Tujuan Penelitian.....	12
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	12
<b>BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN</b>	
2.1 Sejarah Perusahaan.....	14
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	15
2.3 Lingkup Bidang Usaha.....	16
2.4 Direksi dan Manajemen.....	17
2.5 Sumber Daya Yang Dimiliki.....	17
2.6 Tantangan Dimasa Yang Akan Datang.....	18
2.7 Proses Bisnis.....	18
<b>BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESA</b>	
3.1 Kajian Pustaka.....	20
3.1.1 Variabel Penelitian.....	20
3.1.2 Loyalitas Pelanggan.....	21
3.1.3 <i>Brand Image</i> .....	25
3.1.4 Kualitas Pelayanan.....	31
3.1.5 Personal Selling.....	40
3.1.6 Hubungan antar Variabel.....	45
3.2 Penelitian Terdahulu.....	60
3.3 Kerangka Pemikiran.....	64
3.4 Hipotesis Penelitian.....	65

BAB IV.	METODE PENELITIAN	
	4.1 Jenis Desain Penelitian.....	66
	4.2 Variabel Penelitian.....	67
	4.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	72
	4.3.1 Populasi.....	72
	4.3.2 Sampel.....	72
	4.4 Jenis dan Sumber Data.....	73
	4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	73
	4.6 Metode Analisa Data.....	75
	4.6.1 Analisis Koefisien Determinasi (Adjusted <i>R Square</i> ).....	76
	4.6.2 Pengujian Hipotesis.....	76
	4.7 Pengujian Instrumen dan Data.....	77
	4.7.1 Uji Validitas.....	77
	4.7.2 Uji Reabilitas.....	78
	4.8 Uji Asumsi Klasik.....	79
	4.8.1 Uji Normalitas.....	79
	4.8.2 Uji Multikolinearitas.....	80
	4.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	81
	4.9 Analisis Deskriptif.....	82
	4.9.1 Analisis Regresi.....	82
	4.9.2 Korelasi Antar Variabel.....	83
	4.9.3 Pengujian Hipotesis.....	83
	4.9.4 Uji F.....	84
	4.9.5 Koefisien Determinasi.....	85
	4.9.6 Analisis Dimensi.....	85
BAB V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	5.1 Hasil Penelitian.....	87
	5.2 Uji Instrumen.....	87
	5.2.1 Uji Reabilitas.....	89
	5.2.2 Analisis Deskriptif Statistik.....	90
	5.3 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	91
	5.3.1 Uji Normalitas.....	91
	5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	93
	5.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
	5.3.4 Analisis Korelasi Antar Dimensi.....	97
	5.4 Hasil Uji Hipotesis.....	98
	5.4.1 Uji t.....	98
	5.4.2 Uji F.....	100
	5.4.3 Analisis Koefisien Determinasi.....	101
	5.5 Pembahasan.....	102
	5.5.1 Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Konsumen.....	102
	5.5.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	103



5.5.3 Analisis Pengaruh Personal Selling Terhadap Loyalitas Konsumen.....	104
5.5.4 Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Personal Selling Terhadap Loyalitas Konsumen.....	104
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	106
6.2 Keterbatasan Penelitian.....	107
6.3 Saran.....	108



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2010 – 2013.....	2
Tabel 2.1 Sejarah Perusahaan.....	14
Tabel 3.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	24
Tabel 3.2 Dimensi <i>Brand Image</i> .....	30
Tabel 3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	39
Tabel 3.4 Dimensi <i>Personal Selling</i> .....	44
Tabel 3.5 Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel 4.1 Indikator Variabel.....	68
Tabel 4.2 Matrik Korelasi Dari Dimensi Antar Variabel.....	86
Tabel 4.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	86
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas Item.....	88
Tabel 5.2 Hasil Uji Reabilitas .....	90
Tabel 5.3 Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	90
Tabel 5.4 Hasil Uji Normalitas Metode Kolmogorov Smirnov.....	93
Tabel 5.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	94
Tabel 5.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	95
Tabel 5.7 Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	97
Tabel 5.8 Hasil Uji F.....	100
Tabel 5.9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	102

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perusahaan Asuransi Bermasalah.....	4
Gambar 1.2 Proses Klaim Asuransi.....	7
Gambar 2.1 Proses Bisnis.....	18
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir.....	64

