



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VENTOLIN
NEBULES**

KARYA AKHIR

**OLEH
RAHMADI**

NIM: 55106110007

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN VENTOLIN
NEBULES**

KARYA AKHIR

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT
UNTUK MENYELESAIKAN PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**OLEH
RAHMADI**

NIM: 55106110007

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ventolin Nebules**
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Rahmadi
NIM : 55106110067
Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
Tanggal :

Mengesahkan

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS

Dr. Rina Astini, SE, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Ventolin Nebules**
Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis
Nama : Rahmadi
NIM : 55106110067
Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal :

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, September 2011

Rahmadi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya yang teramat besar sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir sesuai dengan waktu yang telah ditentukan dengan judul : “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Ventolin Nebules”.

Adapun penulisan karya tulis akhir ini diajukan guna melengkapi dan memenuhi sebagian syarat dalam menyelesaikan program strata dua dan mencapai gelar Master Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis banyak sekali mendapatkan masukan dan bantuan secara moril, spiritual dan materil, baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS dan Ibu Rina Astini, SE, ME selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan koreksi kepada penulis selama penulisan tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Ariesetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.

5. Bapak/Ibu Dosen Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.
6. Staff dan Karyawan Universitas Mercu Buana yang telah membantu selama studi.
7. Ibunda tercinta Taryami, istri tercinta Ajeng Pratiwi, ananda tercinta Muhammad Arstad Al Fikri, Kakanda Ratmo, Titik Rahayu, Rindowati, Achfa Mafudz, Wahono, Sri Murni, Karnoto, Waryumi, Karyoso dan Bapak Ibu Mertua tercinta M.Kikih Bachrudin & Ibu Endang Sri Utami yang telah mengasuh dan membesarkan penulis.
8. Temanku Arif Sumartono & Mei Ramdhanesa yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan moral dan material selama penyusunan karya akhir ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam karya akhir ini. Saran dan kritik membangun senantiasa penulis nantikan guna penyempurnaan karya akhir ini selanjutnya.

Semoga karya akhir ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, September 2011

Penulis

Rahmadi

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB. I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB. II DESKRIPSI PERUSAHAAN	9
2.1 Industri Farmasi	9
2.2 Sejarah Perusahaan.....	12
2.3 Lingkup Bidang Usaha.....	13
2.4 Sumber Daya.....	15
2.5 Tantangan Bisnis.....	17
BAB. 3 KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN	18
3.1 Merek	18
3.1.1 Pentingnya Merek	19
3.2 Citra Merek/ <i>Brand Image</i>	20
3.2.1 Dimensi Citra Merek.....	27
3.3 Kualitas Produk.....	27
3.4 Loyalitas	30

3.4.1 Tingkatan Loyalitas.....	30
3.4.2 Dimensi Loyalitas	34
3.5 Penelitian Terdahulu	36
3.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	37
3.6.1 Kerangka Pemikiran.....	38
3.6.2 Hipotesis.....	38
BAB. IV METODE PENELITIAN	38
4.1.1 Objek Riset.....	39
4.2 Metode Riset	39
4.2.1 Populasi	39
4.2.2 Sampel.....	39
4.2.3 Teknik Penarikan Sampel	41
4.2.4 Sumber Data.....	41
4.2.5 Metode Pengumpulan Data	41
4.2.6 Definisi Operasional Variabel.....	42
4.3 Teknik Analisa Data.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reabilitas.....	47
4.4 Pengaruh Antar Variabel.....	47
4.4.1 Regresi Linier Berganda	47
BAB. V HASIL DAN PEMBAHASAN	52
5.1 Karakteristik Responden	52
5.2 Analisa Deskriptif	54
5.2.1 Persepsi Responden atas Citra Merek	54
5.2.2 Persepsi Responden atas Kualitas Produk	56
5.2.3 Persepsi Responden atas Loyalitas	57
5.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
5.4 Uji Validitas dan Reabilitas	59
5.4.1 Uji Validitas	60
5.4.2 Uji Reabilitas.....	61

5.5 Uji Normalitas.....	62
5.6 Uji Asumsi Klasik.....	64
5.6.1 Uji Multikolinieritas.....	64
5.6.2 Uji Autokorelasi.....	65
5.6.3 Uji Heterokedastisitas.....	67
5.7 Analisis Regresi Linier Berganda	69
5.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
5.9 Pengujian Hipotesis.....	71
5.9.1 Uji t	71
5.9.2 Uji F	72
5.9.3 Matrik Korelasi Per Indikator	72
5.10 Pembahasan.....	74
BAB. VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	77
6.1 Kesimpulan	80
6.2 Rekomendasi.....	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP


 UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Market Share Bronkodilator Nasional	4
Tabel 1.2	Omset & Unit Ventolin Nebules di Bandung	5
Tabel 2.1	Pasar Industri Farmasi Indonesia	10
Tabel 4.1	Variabel, definisi operasional, dimensi dan indikator.....	45
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	53
Tabel 5.2	Persepsi Responden atas Citra Merek.....	55
Tabel 5.3	Persepsi Responden atas Kualitas Produk	56
Tabel 5.4	Persepsi Responden atas Loyalitas	57
Tabel 5.5	Deskriptif Statistik	58
Tabel 5.6	Uji Validitas	60
Tabel 5.7	Uji Reabilitas.....	61
Tabel 5.8	Uji Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 5.9	Uji Multikolonieritas.....	65
Tabel 5.10	Uji Durbin-Watson.....	66
Tabel 5.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 5.12	Matrik Korelasi Per Indikator	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Divisi Respiratory GSK Indonesia.....	16
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 5.1 Scatterplot Uji Normalitas.....	62
Gambar 5.2 Grafik Plot Uji Heterokedastisitas	68

