PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK PT. IMMORTAL COSMEDIKA INDONESIA

KARYA AKHIR

OLEH
AHAS RERUNG L.A
NIM : 55108120019

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PRODUK PT. IMMORTAL COSMEDIKA INDONESIA

KARYA AKHIR

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

OLEH
AHAS RERUNG L.A
NIM : 55108120019

UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2011

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

ABSTRACT

The purpose of this research is to know about Brand Image and Product Quality influence, both partially and simultaneously, on Consumer Loyalty to cosmetic products of PT. Immortal Cosmedika Indonesia.

This research method is descriptive, verificative, and use SPSS program application survey method. Samples were chosen by purposive sampling technique with questionnaire distribution. The number of samples is 86 respondents. And the analysis method used is regression and correlation analysis.

The result shows that Brand Image variable has a significant (positive) influence on Consumer Loyalty, and so has Product Quality. The conclusion is that both of variables have a significant (positive) influence on Consumer Loyalty.

Key words : Brand Image, Product Quality and Consumer Loyalty

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk, baik secara parsial ataupun simultan terhadap Loyalitas Konsumen produk kosmetika PT. Immortal Cosmedika Indonesia.

Metode penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif dan menggunakan metode survey dengan aplikasi program SPSS. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*, dengan pembagian kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 86 responden. Dimana analasis yang digunakan adalah analisis regresi dan korelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Citra Merek mempunyai pengaruh significant (positif) terhadap loyalitas konsumen dan Kualitas Produk juga mempunyai pengaruh yang significant (positif) terhadap loyalitas konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variable secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang significant (positif) terhadap loyalitas Konsumen.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

PENGESAHAN

Judul	:	**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Produk PT. Immortal Cosmedika Indonesia**
Bentuk Karya Akhir	:	Riset Bisnis
Nama	:	Ahas Rerung L.A
NIM	:	55108120019
Program	:	Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen
Tanggal	:	28 Juli 2011

Mengesahkan :

Ketua Program Studi Magister Manajemen	**Direktur Program Pascasarjana**
Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS	**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**
Pembimbing Utama	**Pembimbing II**
Prof. Dr. Mts. Arief, MBA,CPM	**Dr. M. Ali Iqbal, MSc**

UNIVERSITAS MERCU BUANA
http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

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 Konsumen Produk PT. Immortal Cosmedika Indonesia.**
Bentuk Karya Akhir	:	Riset Bisnis
Nama	:	Ahas Rerung L.A
NIM	:	55108120019
Program	:	Pascasarjana Program Magister Manajemen
Tanggal	:	28 Juli 2011

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, 28 Juli 2011

Ahas Rerung L.A

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

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 Konsumen Produk PT. Immortal Cosmedika Indonesia".

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. Bapak Dr. Ir. Ariessetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

5. Prof. Dr. Mts. Arief MBA.CPM dan Dr. M. Ali Iqbal. MSc selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan koreksi kepada penulis selama penulisan tesis ini.
6. Bapak/Ibu Dosen Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.
7. Presdir, dewan Direksi, para Manager dan staff PT. Immortal Cosmedika Indonesia, atas bantuannya dalam penelitian dan penyelesaian tesis ini.
8. Staff dan Karyawan Universitas Mercu Buana yang telah membantu selama studi.
9. Istri tencinta dan kedua putri saya, yang selalu memberi semangat buat saya dalam menyelesaikan pendidikan ini.
10. Bapak, Ibu dan Bapak Ibu Mertua tercinta yang telah mengasuh dan membesarkan penulis.
11. Semua pihak terkait 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, 28 Juli 2011

Penulis

Ahas Rerung L. A

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

DAFTAR ISI

ABSTRACT iii
ABSTRAK iv
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
BAB. I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 5
1.3 Perumusan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 7
BAB. II DESKRIPSI PERUSAHAAN 8
2.1 Industri Kosmetik 8
2.2 Sejarah Perusahaan 9
2.3 Lingkup Bidang Usaha 11
2.4 Sumber Daya 12
2.5 Tantangan Bisnis 13
BAB. III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 15
3.1 Merek 15
3.1.1 Definisi Merek 15
3.2 Citra Merek/*Brand Image* 17
3.2.1 Definisi Citra Merek/*Brand Image* 17
3.3 Kualitas Produk 20
3.3.1 Definisi Kualitas Produk 20
3.4 Loyalitas 25
3.4.1 Definisi Loyalitas 25
3.4.2 Karakteristik Pelanggan Loyal 26
3.4.3 Tingkatan Loyalitas 27
3.4.4 Mengukur Loyalitas 29
3.5 Penelitian Terdahulu 31
3.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 36
3.6.1 Kerangka Pemikiran 36
3.6.2 Hipotesis 36
BAB. IV METODE PENELITIAN 37
4.1.1 Objek Penelitian 37
4.2 Metode Penelitian 37
4.2.1 Populasi 37
4.2.2 Sampel 37
4.2.3 Teknik Penarikan Sampel 38
4.2.4 Jenis Data 38
4.2.5 Sumber Data 39
4.2.6 Metode Pengumpulan Data 39

UNIVERSITAS MERCU BUANA
http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

4.2.7 Definisi Operasional Variabel 40
4.3 Teknik Analisa Data 43
4.3.1 Uji Validitas 43
4.3.2 Uji Reabilitas 44
4.4 Metode Analisa Data Deskriptif 45
4.4.1 Rata-Rata Hitung (Mean) 45
4.4.2 Standar Deviasi 46
4.5 Pengaruh Antar Variabel 46
4.5.1 Korelasi Berganda 46
4.5.2 Korelasi Determinasi Berganda 47
4.5.3 Regresi Linier Berganda 47
BAB. V HASIL DAN PEMBAHASAN 52
5.1 Karakteristik Responden 52
5.2 Analisa Deskriptif 53
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 62
5.5 Uji Normalitas 62
5.6 Uji Asumsi Klasik 64
5.6.1 Uji Multikolinieritas 64
5.6.2 Uji Autokorelasi 66
5.6.3 Uji Heterokesdastisitas 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 Dimensi 72
5.10 Pembahasan 74
BAB. VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI 80
6.1 Kesimpulan 80
6.2 Rekomendasi 81

DAFTAR PUSTAKA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1 Data Penjualan National PT Immortal 3
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu 32
Tabel 4.1 Variabel, definisi operasional, dimensi dan indikator..... 41
Tabel 5.1 Karakteristik Responden 53
Tabel 5.2 Persepsi Responden atas Citra Merek 54
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..... 62
Tabel 5.8 Uji Kolmogorov-Smirnov 64
Tabel 5.9 Uji Multikolonieritas..... 65
Tabel 5.10 Uji Durbin-Watson..... 67
Tabel 5.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 69
Tabel 5.12 Korelasi Per Dimensi 73

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Immortal Cosmedika Indonesia..... 10
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir..... 36
Gambar 5.1 Scatterplot Uji Normalitas..... 63
Gambar 5.2 Grafik Plot Uji Heterokesdastisitas..... 68

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://lib.mercubuana.ac.id/id
Menteng