



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA
IMPLIKASINYA PADA *WORD OF MOUTH*
DI UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**



**ADE WAHYUDI
NIM : 55112120164**

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



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA
IMPLIKASINYA PADA *WORD OF MOUTH*
DI UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**



**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

MERCU BUANA

**ADE WAHYUDI
NIM : 55112120164**

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan serta implikasinya pada *Word Of
Mouth* di Universitas Mercu Buana Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Ade Wahyudi

NIM : 55112120164

Program : Pasca Sarjana Magister Manajemen

Tanggal : 11 Juli 2015

Mengesahkan

Pembimbing Utama

UNIVERSITAS
Baruna
MERCU BUANA

(Dr. Baruna Hadibrata, SE., MM)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini.)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta implikasinya pada *Word Of Mouth* di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Bentuk Tesis : Penelitian / Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Ade Wahyudi

NIM : 55112120164

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 11 Juli 2015

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya 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 yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 1 April 2015


Ade Wahyudi

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT serta segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan serta implikasinya pada *Word Of Mouth* di Universitas Mercu Buana Jakarta..

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian 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 dari 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 menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bpk. Dr Baruna Hadibrata SE., MM., sebagai dosen pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
3. Bpk. Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

4. Seluruh dosen dan staf administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.
5. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM sebagai rektor Universitas Mercu Buana, Bapak Herry Agung Prabowo, M.Sc, Bapak Indra Ade Irawan, SE., MM., Bapak Anton Kurniawan SP., MM., Ibu Rika Fadillah, ST., MM., yang mengizinkan dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Tesis ini.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang serta keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan ritel di Indonesia.



Jakarta, 11 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	10
2.1 Sejarah Singkat Universitas Mercu Buana.....	10
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	13
2.3 Sumber Daya.....	14
2.4 Tantangan Bisnis.....	14
2.5 Proses Bisnis.....	15
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	17
3.1 Brand Image	17
3.2 Kualitas Pelayanan	21

3.3	Kepuasan Pelanggan.....	25
3.4	<i>Word Of Mouth</i>	29
3.5	Penelitian Terdahulu.....	32
3.6	Kerangka Pemikiran.....	34
3.7	Hipotesis Penelitian	35
BAB IV	METODE PENELITIAN	36
4.1	Desain Penelitian.....	36
4.2	Variabel Penelitian	37
4.3	Populasi Dan Sempel.....	40
4.4	Jenis dan Sumber Data.....	43
4.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
4.6	Teknik Analisa Data.....	45
4.7	Pengujian Hipotesis.....	54
4.8	Analisis Dimensi.....	55
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
5.1	Karakteristik Responden.....	58
5.2	Uji Instrumen dan Hasil Analisis Data.....	60
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	80
6.1	Kesimpulan.....	80
6.2	Saran.....	81
	DAFTAR PUSTAKA	84
	LAMPIRAN.....	87
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Rasio Penerimaan Seleksi Mahasiswa Baru.....	3
Tabel	1.2	Laporan Pengaduan Keluhan Mahasiswa.....	5
Tabel	1.3	Prestudi Kepuasan Mahasiswa.....	6
Tabel	1.4	<i>Word Of Mouth</i> Negatif di Media Massa.....	6
Tabel	2.1	Fakultas, Program Studi & Konsentrasi UMB.....	13
Tabel	3.1	Perbedaan antara Kualitas Produk dan Jasa.....	21
Tabel	3.2	Atribut Dimensi dan Model Servqual.....	24
Tabel	3.3	Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel	4.1	Oprational Variabel.....	39
Tabel	4.2	Data Mahasiswa Reguler 2013-2014.....	41
Tabel	4.3	Skala Likert.....	45
Tabel	4.4	<i>Goodness of-fit Indices</i>	54
Tabel	4.5	Matriks Korelasi Antar Dimensi.....	55
Tabel	5.1	Responden Penelitian.....	58
Tabel	5.2	Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel	5.3	Tingkat Semester Responden.....	59
Tabel	5.4	Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel	5.5	Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	62
Tabel	5.6	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel	5.7	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan.....	63
Tabel	5.8	Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i>	64
Tabel	5.9	<i>Critical Ratio</i>	65
Tabel	5.10	Data Yang Dikeluarkan.....	65
Tabel	5.11	Uji Normalitas setelah data dibersihkan.....	66
Tabel	5.12	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Model Pengukuran.....	67

Tabel	5.13	<i>Modification Indices</i>	68
Tabel	5.14	Hasil <i>Goodness Of Fit</i> Setelah Modifikasi.....	70
Tabel	5.15	Hasil Pengujian Hipotesis.....	72
Tabel	5.16	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	74
Tabel	5.17	Matrik Korelasi antar Dimensi Variabel X dengan Y.....	75
Tabel	5.18	Matrik Korelasi antar Dimensi Variabel X dan Y dengan Z....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Peringkat Webometrics Desember 2014.....	4
Gambar	3.1	Model Penelitian.....	35
Gambar	4.1	Desain Penelitian.....	36
Gambar	5.1	Kesesuaian Model.....	67
Gambar	5.2	Modifikasi Model.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	87
Lampiran 2	Data Hasil Kuisisioner.....	92
Lampiran 3	Data Hasil Kuisisioner Prestudi Kepuasan pelanggan.....	98
Lampiran 4	Validitas Variabel.....	99
Lampiran 5	Korelasi Antar Dimensi.....	102
Lampiran 6	Analisis Summary SEM.....	110

