



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT CIMB SUN LIFE DI JAKARTA**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh:

**MARFRI HENDRY
NIM 55112120178**

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



**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT CIMB SUN LIFE DI JAKARTA**

TESIS

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

MERCU BUANA

Oleh:

**MARFRI HENDRY
NIM 55112120178**

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

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan pada PT CIMB Sun Life

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Marfri Hendry

NIM : 55112120178

Program : Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 2 Oktober 2015

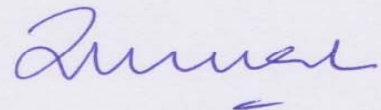


Direktur Pasca Sarjana



Prof. Dr. Didik J. Rachbini

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini:

Judul : **Pengaruh citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan implikasinya terhadap loyalitas pelanggan pada PT CIMB Sun Life di Jakarta**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Marfri Hendry

NIM : 55112120240

Program : Pasca Sarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Juni 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan dan karya sendiri dengan bimbingan dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi 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, Juni 2015



MARFRI HENDRY

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkah rahmat dan hidayahNya lah penulis dapat menyelesaikan penulisan Karya Akhir yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program Pascasarjana Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana.

Selama melakukan dan menyusun penelitian Karya Akhir ini, penulis memperoleh banyak dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada Bapak **Dr. Baruna Hadibrata** selaku Dosen Pembimbing. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan untuk:

1. Bapak Dr. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana
3. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Ibu Roswita Oktaviany selaku Head of DMTM PT. CIMB Sun Life di Jakarta.
5. Para Dosen pengajar Magister Manajemen Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan wawasan baru dan luas.
6. Papa, Mama, istri dan anak tersayang atas motivasi dan doa yang tidak pernah putus.
7. Rekan-rekan di Program Magister Manajemen angkatan XXI yang telah mengisi hari dengan keceriaan dan kekompakan pada saat kuliah.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan yang Bapak/Ibu semuanya.

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PENYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	8
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II. DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.2. Lingkup Bidang Usaha	14
2.3. Sumber Daya Marketing	16
2.4. Tantangan Bisnis Perusahaan	17
2.5. Proses Bisnis Perusahaan	17
BAB III. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
3.1. Kajian Teori	19
3.1.1. Manajemen Pemasaran	19
3.1.2. Citra Perusahaan	20
3.1.3. Kualitas Pelayanan	24
3.1.4. Kepuasan Pelanggan.....	27
3.1.5. Loyalitas Pelanggan	31
3.2. Penelitian Terdahulu	35
3.3. Kerangka Pemikiran	37
3.3.1. Keterkaitan antara Citra Perusahaan dengan Kepuasan Pelanggan	37
3.3.2. Keterkaitan antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan.....	37

3.3.3.	Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	38
3.3.4.	Keterkaitan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	39
3.3.5.	Keterkaitan antara Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan.....	39
3.3.6.	Model Penelitian.....	40
3.4.	Hipotesis	41

BAB IV. METODE PENELITIAN

4.1.	Desain Penelitian	42
4.2.	Variabel Penelitian / Fenomena yang diamati	42
4.2.1.	Definisi Konsep	43
4.2.2.	Definisi Operasional	45
4.3.	Populasi dan Sampel Penelitian	48
4.4.	Jenis dan Sumber Data	50
4.5.	Teknik Pengumpulan Data	50
4.6.	Teknik Analisis Data	51

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1.	Karakteristik Responden.....	65
5.2.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	66
5.2.1.	Analisis tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan	67
5.2.2.	Analisis tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan	69
5.2.3.	Analisis tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan.....	71
5.2.4.	Analisis tanggapan responden terhadap variabel loyalitas pelanggan.....	72
5.3.	Analisis Statistik.....	73
5.3.1.	Pengujian asumsi SEM.....	73
5.3.2.	Analisis Konfirmatori Faktor.....	80
5.3.3.	Analisis Model Persamaan Struktural	87
5.3.3.1.	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	89
5.3.3.2.	Interpretasi Model	90
5.4.	Pembahasan	93
5.4.1.	Pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan	93
5.4.2.	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	94
5.4.3.	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan	95
5.4.4.	Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan	97

5.4.5. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	98
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	99
6.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	105
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	172



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1.	Pendapatan premi asuransi CIMB Sun Life tahun 2009 - 2013.....	2
Tabel 1.2.	Jumlah pemegang polis asuransi CIMB Sun Life tahun 2009 – 2013.....	3
Tabel 1.3.	Jumlah pemegang polis yang tidak meneruskan menggunakan polis asuransi CIMB Sun Life tahun 2009 – 2013.....	5
Tabel 1.4.	Jumlah keluhan pelanggan CIMB Sun Life tahun 2013.....	6
Tabel 3.1.	Penelitian terdahulu	35
Tabel 4.1.	Operasionalisasi variabel	46
Tabel 4.2.	Matriks Korelasi Dimensi Antar Variabel.....	48
Tabel 4.3.	Skor kuesioner	51
Tabel 5.1.	Distribusi Karakteristik Responden.....	65
Tabel 5.2.	Interval Class	66
Tabel 5.3.	Tanggapan responden terhadap variabel citra perusahaan.....	67
Tabel 5.4.	Tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan.....	69
Tabel 5.5.	Tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan.....	71
Tabel 5.6.	Tanggapan responden terhadap variabel loyalitas pelanggan.....	72
Tabel 5.7.	Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 5.8.	Multivariate Outliers.....	76
Tabel 5.9.	Standardized Regression Weights	82
Tabel 5.10.	Perhitungan variance extracted dan reliability constructs	85
Tabel 5.11.	Output Full Model	88
Tabel 5.12.	Pengujian Hipotesis	90
Tabel 5.13.	Standardized Regression Weights	91
Tabel 5.14.	Hasil matriks korelasi dimensi antar variabel.....	92
Tabel 5.15.	Matrik korelasi dimensi secara keseluruhan menggunakan pearson correlation	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Angka pertumbuhan pendapatan premi CIMB Sun Life Tahun 2009 – 2013.....	3
Gambar 1.2. Angka pertumbuhan pemegang polis CIMB Sun Life Tahun 2009 – 2013	4
Gambar 1.3. Angka pertumbuhan jumlah pemegang polis yang tidak meneruskan menggunakan polis asuransi Tahun 2009 –2013.....	5
Gambar 3.1. Proses terbentuknya citra perusahaan	21
Gambar 3.2. Model penelitian	40
Gambar 5.1. Hasil Confirmatory Factor Analysis.....	81
Gambar 5.2. Full Model SEM	87



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Penelitian..... 105
Lampiran 2	Frekuensi.....109
Lampiran 3	Matriks Korelasi120
Lampiran 4	Path Diagram123
Lampiran 5	Confirmatory Factor Analysis124
Lampiran 6	Full Model SEM 130

