

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN DIGITAL PRINTING
(Studi Pada PT Snapindo Warlab Sukses di Jakarta)

SKRIPSI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Violita Eka Pertiwi

43117110229

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN

2021

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN DIGITAL PRINTING
(Studi Pada PT Snapindo Warlab Sukses di Jakarta)

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana



Violita Eka Pertiwi

43117110229

UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN

2021

ii

<https://lib.mercubuana.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Violita Eka Pertiwi

Nim : 43117110229

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Jakarta, 18 September 2021



Violita Eka Pertiwi

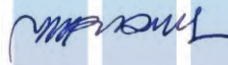
Nim: 43117110229

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Violita Eka Pertiwi
NIM : 43117110229
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Digital Printing (Studi Pada PTSnapindo Warlab Sukses di Jakarta)
Tanggal Sidang : 3 November 2021

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tafiprios, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



UNIVERSITAS



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

MERCU BUANA

LPTA 11210767



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Digital Printing. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta yang pernah menggunakan digital printing di PT. Snapindo Warlab Sukses. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 175 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair. Metode penarikan sampel menggunakan convenience sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan Partial Least Square. Penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Digital Printing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

The research aims to analyze the effect of brand image, trust and customer value on customer satisfaction in digital printing companies. The population in this study is the people of DKI Jakarta who have used digital printing at PT. Snapindo Warlab Success. The sample used is 175 respondents, calculated based on the Hair formula. The sampling method used was convenience sampling. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that Brand Image has a positive and significant effect on customer satisfaction. Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer Value has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Trust, Customer Value, Customer Satisfaction, Digital Printing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Digital Printing (Studi Pada PT Snapindo Warlab Sukses di Jakarta)”. Proposal penelitian skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Management Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Tafiprios.,SE,MM selaku Dosen Pembimbing penelitian proposal skripsi yang telah membantu membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat, dan motivasi serta waktu yang telah di berikan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian proposal skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Tafiprios.,SE,MM Selaku Dosen Pembimbing Proposal Skripsi yang telah memberikan saran dan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan,

dan nasehat nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Program studi S1 FEB Universitas Mercubuana yang telah memberikan ilmunya kepada kami.
6. Seluruh teman teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana angkatan 2017 yang selalu memberi semangat dan motivasi semasa pembuatan proposal skripsi.
7. Orang Tua tercinta dan Suami tercinta yang selalu memberikan Doa, Semangat, dan dukungan serta kasih sayang yang tiada henti-hentinya.
8. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya manusia biasa, bahwa penelitian skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan dan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 18 Januari 2021

Violita Eka Pertiwi

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	9
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka	10
1. Perilaku konsumen	10
2. Kepuasan Pelanggan	14
3. Citra Merek	16
4. Kepercayaan	19
5. Nilai Pelanggan	21
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Konseptual	28

D. Pengembangan Hipotesis.....	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN	31
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
B. Desain penelitian	31
C. Definisi dan operasional variable	32
1. Definisi Variabel.....	32
2. Operasionalisasi Variabel	33
D. Skala pengukuran variabel	36
E. Populasi dan Sample Penelitian.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisis Data	38
BAB IV.....	42
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
B. Analisis Deskriptif.....	44
1. Deskripsi Responden	44
2. Deskriptif Variabel	46
C. Analisis Partial Least Square.....	51
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	51
2. Pengujian Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	59
D. Pembahasan Hasil Penelitian	62
1. Pengaruh Citra Merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
2. Pengaruh Kepercayaan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	63
3. Pengaruh Nilai Pelanggan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan..	63
BAB V	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Keluhan Ketidakpuasan Pelanggan.....	5
1.2	Hasil Pra Survei	7
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	33
3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan.....	34
3.3	Operasionalisasi Variabel Nilai Pelanggan	34
3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	35
3.5	Pengukuran Skala Likert.....	36
4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Citra Merek	47
4.3	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepercayaan.....	48
4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Nilai Pelanggan ...	49
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan	50
4.6	Hasil Pengujian Convergent Validity	52
4.7	Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi)	54
4.8	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross loadings)	56
4.9	Hasil Pengujian AVE	57
4.10	Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium).....	57
4.11	Hasil Pengujian Composite Reliability	58
4.12	Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	58
4.13	Nilai R2 Variabel Endogen	59
4.14	Hasil Pengujian Hipotesis	61

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

HALAMAN DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Source PIRA : The Future of Global Printing to 2018.....	2
1.2	Index top brand	4
2.1	Model Perilaku Konsumen.....	10
2.2	Maslow's Hierrarchy of Needs	13
2.3	Nilai Yang Dipersepsikan Pelanggan	22
2.4	Kerangka konseptual penelitian	28
4.1	Hasil Algoritma PLS.....	53
4.2	Hasil Algoritma PLS (modifikasi)	55
4.3	Hasil Uji Bootstrapping	62



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner.....	73
2	Hasil Kuesioner.....	79
3	Hasil Analisa PLS	94
4	Hasil Uji Kualitas Data	99

