

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PISA KAFE
MENTENG DI JAKARTA**

(Studi Kasus pada Pelanggan di Restoran Pisa Kafe Menteng)

Jakarta

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana**



Nama : Herdi Laksana

Nim : 43111120010

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Herdi Lakasna

NIM : 431111200100

Program Studi : SI Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 19 Maret 2017



Herdi Lakasna

NIM : 43111120010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Herdi Laksana
NIM : 43111120010
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap
Loyalitas Pelanggan Pisa Kafe Menteng Jakarta.
Tanggal Lulus Ujian : 09 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,


(Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si)


(Dr. Rina Astini, SE., MM)


Tanggal : Maret 2017


Tanggal : 18 Maret 2017

Dekan,

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,


(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA)


(Dudi Permana, ST., MM., Ph.D)

Tanggal : Maret 2017

Tanggal : 18 Maret 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek Pisa Kafe Menteng di Jakarta Pusat.** Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Erna Imaningsih, SE.,M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan Anugerah-Nya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr.Harnovinsah, Ak,. M.Si., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, ST., MM., Ph.D , selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta papa mama dan kakak-kakak saya Agus Yanto dan Asep Supriyadi, serta adik saya Aprilyanti yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta member semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk istri tercinta Deanita Yustanti yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, bantuan, motivasi dan omelan yang membuat saya terus semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Untuk kedua Mertua saya Dedi Djunaidi dan Ibu Yayah yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa, motivasi dan omelan yang membuat saya terus semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Untuk teman-teman seperjuangan Irfan, Bayu, Ardi, Anton, Sandy, Siti Latifah, Huri ,Ardiansyah, Tifani, dan teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulisan skripsi ini.
9. Untuk sahabat-sahabat terdasyat saya dragon black ,Irfan, Bayu, Fikar, Ardi, Yuga, Rio, Ridwan, Caswito,dan Rispanji yang selalu memberi semangat, masukan dan motivasi kepada penulis.

10. Untuk segenap tim Pisa kafe menteng yang tidak pernah berhenti memberi semangat, masukan dan nasihat-nasihat kepada penulis.
11. Untuk Bapak Agus Salim dan Bapak Wandres selaku manajer pisa kafe menteng terima kasih telah memberikan semangat dan dukungannya sampai skripsi ini selesai.
12. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Maret 2017

Herdi Laksana

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABLE.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan penelitian	8
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA	9
1. Pemasaran.....	9
2. Manajemen Pemasaran	10
3. Bauran Pemasaran	11
4. Pengertian Merek.....	13
5. Ekuitas merek	17
6. Kesadaran Merek.....	18
7. Citra Merek.....	23
8. Pengertian Loyalitas Pelanggan	29
9. Penelitian Terdahulu.....	42

B.	KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	45
1.	Keterkaitan Antar Variable	45
2.	Rerangka Pemikiran	48

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Waktu Dan Tempat Penelitian	50
B.	Desain Penelitian	50
C.	Definisi Dan Operasional	51
D.	Pengukuran Variabel	55
E.	Populasi Dan Sample Penelitian	56
F.	Teknik Pengumpulan Data	58
G.	Metode Analisa Data	59
1.	Analisis statistik Deskriptif	59
2.	Uji Kualitas	60
a.	Uji Validitas	60
b.	Uji Reliabilitas	60
3.	Uji Asumsi Klasik	61
a.	Uji Normalitas	61
b.	Uji Multikolonieritas	61
c.	Uji Heteroskedastisitas	62
4.	Uji Hipotetsis.....	63
a.	Uji Signifikan Parameter Individu (uji t).....	63
b.	Analisa Regresi Linear Berganda.....	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Perusahaan	65
1)	Tempat dan Waktu Penelian	66
2)	Karakteristik Responden	66
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67

b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	68
c.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
d.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
e.	Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	71
f.	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.	72
g.	Deskripsi Responden Berdasarkan Kedatangan Kunjungan Dalam Satu Minggu	73
B.	Hasil Uji Deskriptif	74
C.	Hasil Uji Kualitas Data	90
1.	Hasil Uji Validitas	90
2.	Hasil Uji Reliabilitas	92
D.	Hasil Uji asumsi klasik	93
1.	Hasil Uji Normalitas	95
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	96
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	97
E.	Hasil Uji Hipotesis	98
1.	Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik T)	98
2.	Analisa Linear Berganda	99
3.	Uji Koefisien Determinasi R^2	100
F.	Pembahasan Hasil Penelitian	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	103
B.	Saran	103
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN.....		
		106

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Pelanggan Pisa Kafe Menteng	4
1.2	Data Hasil Pra Studi	5
1.3	Data Kategori restoran Dengan Konsep Live musik Dan Rating Urutaanya.....	6
2.1	Penelitian Terdahulu	42
3.1	Operasionalisasi Variabel Kesadaran Merek	52
3.2	Operasionalisasi Variabel Citra Merek	53
3.3	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	54
3.4	Pengukuran Skala Likert	55
4.1	Karakteristik Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	71
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	72
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Kedatangan Mengunjungi Dalam Satu Minggu	73
4.8	Hasil Uji Deskriptif Variabel	74
4.13	Hasil Uji Rekapitulasi Kuesioner kesadaran Merek	78

4.10	Hasil Uji Rekapitulasi Kuesioner Citra Merek	84
4.11	Hasil Uji Rekapitulasi Kuesioner Loyalitas Pelanggan	89
4.27	Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek.....	90
4.28	Hasil Uji Validitas Citra Merek	91
4.29	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	92
4.30	Hasil Uji Realibilitas	93
4.31	Hasil Uji Normalitas One-sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	94
4.32	Hasil Uji Multikolineritas.....	96
4.33	Hasil Uji Statistik T	98
4.34	Hasil Regresi Linear Berganda	99
4.21	Hasil Uji Koefisien Determinasi	101



DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Empat Bauran Pemasaran	12
2.2	<i>Brand Knowledge Model</i>	20
2.3	Piramida Brand Awareness	22
2.4	Rerangka Pemikiran	48
4.1	Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot dan Histogram	95
4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	87



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner.....	106
Lampiran 2	Data Kuesioner	109
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif	118
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	121
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas	122
Lampiran 6	Hasil Asumsi Klasik.....	122
Lampiran 7	Hasil Uji Analisa Regresi Linear Berganda	124
Lampiran 8	Hasil Uji Hipotesis	125



UNIVERSITAS
MERCU BUANA