

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK TEH
PUCUK HARUM**

**(Studi Kasus Wilayah Komplek Kementerian Dalam Negeri Karang
Mulya , Tangerang)**

SKRIPSI

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



Nama : Indra Gunawan

NIM : 43113010182

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

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indra Gunawan
NIM : 43113010182
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 dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juli 2017



Indra Gunawan

NIM: 43113010182

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Indra Gunawan
NIM : 43113010182
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus di Kementerian Dalam Negeri Karang Mulya)
Tanggal Lulus Ujian : 30 Agustus 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,



Dra. Yuli Harwani, MM
Tanggal : 6 September 2017

Ketua Penguji



Dr. Aty Herawati, M.Si
Tanggal : 6 September 2017

Dekan,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA
Tanggal : 6 September 2017

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



Dudi Permana, MM., Ph.D
Tanggal : 6 September 2017



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

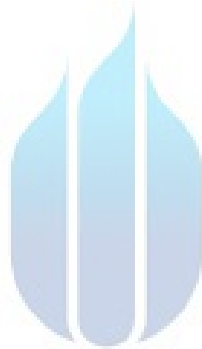
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Teh Pucuk Harum (Studi Kasus Di Komplek Kementerian Dalam Negeri Karang Mulya, Tangerang)”**. Adapun penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis menyadari keterbatasan, dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan proposal skripsi ini, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Dra. Yuli Harwani, MM. Selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

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

3. Dudi Permana, MM., Ph.D Selaku ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercubuana.
4. Kedua orang tua tercinta Tatok Sugiarto dan Neny Supyani yang telah mendidik serta memberi kasih sayang dan doa yang tiada henti.
5. Teman-teman dan para sahabat yang membantu saya untuk mengerjakan tulisan ini.

Jakarta , Juli 2017



Indra Gunawan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
NIM : 43113010182

Daftar Isi

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, HIPOTESIS, DAN RERANGKA PEMIKIRAN	
A. Manajemen Pemasaran.....	10
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran	11
3. Konsep Pemasaran	12
B. Citra Merek	12
1. Pengertian Merek	12
2. Tingkatan Pesan Merek.....	13
3. Strategi Merek.....	15
4. Pengertian Citra Merek	16
5. Strategi untuk mencapai Citra Merek yang kuat.....	19

6. Mendiferensiasikan Citra (<i>image</i>).....	19
C. Kualitas Produk.....	20
1. Pengertian Kualitas Produk.....	20
2. Jenis-jenis Produk	22
3. Langkah-langkah Strategi Produk.....	24
D. Loyalitas Konsumen.....	27
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	27
2. Jenis-jenis Loyalitas	29
E. Peneliti Terdahulu	32
F. Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	35
1. Waktu Penelitian	35
2. Tempat Penelitian.....	35
B. Desain Penelitian.....	35
C. Definisi Variabel Dan Operasional Variabel	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Operasional Variabel.....	37
D. Skala Pengukuran.....	40
E. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Jenis Data	44
H. Metode Analisis Data.....	45
1) Regresi Linier Berganda	45
I. Analisis Instrument	46

1) Uji Validitas	46
2) Uji Reliabilitas	47
J. Uji Asumsi Klasik	48
1) Uji Normalitas	48
2) Uji Heteroskedastisitas	48
3) Uji Multikolinieritas	48
K. Koefisien Determinasi (R^2)	49
L. Uji Ketepatan Model (Uji Statistik F).....	50
M. Uji Hipotesis (Uji Statistik t)	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	51
B. Karakteristik Responden.....	58
1) Karakteristik Responden Jenis Kelamin	59
2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	61
5) Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengonsumsi Teh Botol Sosro	62
C. Uji Validitas	63
D. Uji Reabilitas	66
E. Analisa Data Citra Merek, Kualitas Produk, dan Loyalitas Konsumen.....	68
1) Analisa Deskripsi Variabel Citra Merek.....	68
2) Analisa Deskripsi Variabel Kualitas Produk	73
3) Analisa Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen.....	78
F. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
1) Hasil Uji Normalitas	81
2) Hasil Uji Multikolonieritas	82

3) Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
G. Regresi Linier Berganda	86
H. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	88
I. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	89
J. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	90
K. Pembahasan Hasil Penelitian	91
1) Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.....	91
2) Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen.....	92
3) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	94
B. Saran.....	94
Daftar Pustaka	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Citra Merek	40
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	41
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Loyalitas.....	42
Tabel 3.4 Instrument Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Mengonsumsi	61
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek	62
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk.....	63
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Loyalitas	64
Tabel 4.9 Variabel Citra Merek.....	65
Tabel 4.10 Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.11 Variabel Loyalitas	66
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	67
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas	81
Tabel 4.17 Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel 4.18 Uji F	85
Tabel 4.19 Uji T	86
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (R^2).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik TBI	3
Gambar 1.2 Market Share	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 4.1 histogram.....	78
Gambar 4.2 Grafik Normality Probability Plot.....	79
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	95
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden	105
Lampiran 4 Hasil statistik deskriptif	109
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	117
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	119
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	120
Lampiran 8 Hasil Uji Linier Berganda	123
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	124

