

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
AMANDA BROWNIES SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

APRILIA PRAGERITA PUTRI
NIM : 2011210639

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2015**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
AMANDA BROWNIES SURABAYA**

Diajukan oleh :

Aprilia Pragerita Putri

NIM : 2011210639

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap untuk diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 13/01/2015


Drs. Irawan, M.M

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN CITRA
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
AMANDA BROWNIES SURABAYA**

Disusun oleh

Aprilia Pragerita Putri

NIM : 2011210639

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 11-02-2015

Tim Penguji

Ketua : Emma Julianti, S.E, MM.

Sekretaris : Drs. Irawan, M.M

Anggota : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Pragerita Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 2 April 1993
N.I.M : 2011210639
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Pemasaran
Judul : *Pengaruh Kualitas produk, Citra Merek dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Amanda Brownies Surabaya*

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 11-3-2015



Dr. Muazaroh, S.E., M.T

Dosen Pembimbing

Tanggal : 11-3-2015



Drs. Irawan, MM

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk yang pertama, ku persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua ku yaitu Ibu dan Ayah dimana berkat kerja keras beliau, saya akhirnya bisa sampai pada tahap ini mereka berdua lah alasan mengapa saya selalu bersemangat untuk menyelesaikan segala tugas dengan baik. Terima kasih Tuhan karena telah menciptakan mereka berdua dan membiarkan ku lahir dari rahim sosok ibu yang hangat dan penuh cinta

Terima kasih kepada adik laki laki ku, M. Aditya Raka Yusuf yang selalu memberikan dorongan semangat dan mengijinku untuk meminjam laptopnya dikala laptopku rusak. Selalu semangat untuk belajar di bangku kuliahmu!!!

Ucapan terima kasih kepada keluarga besar terutama kakak sepupuku, Evie Tisa Mariana dan Dedy karena mereka berdua lah inspirasiku. Kakak sepupuku yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan selama aku menjalani perkuliahan di STIE Perbanas Surabaya.

Terima kasih kepada dosen wali yang terhormat, Bapak Dr Basuki Rachmat, S.E M.M karena beliau selalu memberikan motivasi dan inspirasi. Berkat beliau lah saya mulai menyukai dan makin menyukai dunia marketing.

Terima kasih kepada dosen pembimbing yang terhormat, Bapak Dr. Irawan, M.M yang selalu memberikan bimbingan dan pengarahan kepada saya. Beliau selalu menumbuhkan rasa semangat dan menguatkan mental saya terutama di saat – saat akan sidang skripsi

Terima kasih kepada teman satu bimbingan, Devi Maria Puspita, Balqis Hikmah dan Mas Rosi. Kita semua lulus!!!

Terakhir, terima kasih kepada seluruh sahabat sejatiku, GENG IJO TOMATI yang selalu memberikan semangat dan dorongan, selalu mendelegarkan curhatku dan selalu bisa diandalkan.

Sekali lagi, terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini. terima kasih karena telah bersedia mengajarkan saya SPSS terutama Uji Asumsi Klasik. Untuk rekan – rekan Manajemen khususnya Konsentrasi Pemasaran, SUKSES UTUKKITA SEMUA!!!

MOTTO :

“PERCAYALAH PADA DIRIMU SENDIRI KARENA JIKA
ENGKAU TIDAK PERCAYA PADA DIRIMU SENDIRI
LALU SIAPAK YANG AKAN MEMPERCAYAIMU??”

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah memberi taufiq dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat disusun. Bagi Penyusun, penyusunan skripsi ini adalah bentuk tanggung jawab sebagai mahasiswa STIE Perbanas Surabaya yang menempuh mata kuliah Skripsi.

Tak lupa Penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan, bagi penyusun khususnya dan segenap pembaca umumnya. Penyusun menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan penyusun dan kurangnya pengalaman. Akan tetapi penyusun telah berusaha semaksimal mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu penyusun mengharapkan saran dan kritik demi tercapainya kesempurnaan dalam penyusunan makalah ini.

1. Lutfi S.E, M.Fin selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Dr. Muazaroh, SE., MT. selaku Kepala Program Studi Strata Satu Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

3. Drs. Irawan, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi.

4. Dr. Basuki Rachmat, S.E. M.M selaku Dosen Wali

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, Februari 2015

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK / RINGKASAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Kualitas Produk.....	12
2.2.2 Citra Merek.....	14
2.2.3 Citra Perusahaan.....	16

2.2.4 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Batasan Penelitian.....	22
3.3 Identifikasi Variabel.....	22
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sample.....	25
3.6 Instrumen Penelitian.....	26
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.9 Teknik Analisis Data.....	30
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	30
3.9.2 Analisis Statistik.....	30
3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.9.2.2 Analisis Regresi.....	32
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	34
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	34
4.2 Analisis Data.....	38
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.2.2 Uji Validitas.....	44
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	46
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.5 Regresi Linear Berganda.....	52

4.3 Pegujian Hipotesis.....	54
4.3.1 Uji F.....	54
4.3.2 Uji T.....	56
4.4 Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.3 Saran.....	65
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Tabel Top Brand Awards.....	4
Tabel 2.1	: Tabel Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu.....	11
Table 3.1	: Tabel Kisi – Kisi Kuesioner.....	27
Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Menurut Usia.....	35
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3	: Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	36
Tabel 4.4	: Karakteristik Responden Menurut Lamanya Menjadi Konsumen Amanda Brownies.....	37
Tabel 4.5	: Karakteristik Responden Menurut Intensitas Pembelian Ulang.....	37
Tabel 4.6	: Interval Kelas.....	39
Tabel 4.7	: Hasil Tanggapan Responden Terhadap variabel Kualitas Produk ...	39
Tabel 4.8	: Hasil Tanggapan Responden Terhadap variabel Citra Merek	41
Tabel 4.9	: Hasil Tanggapan Responden Terhadap variabel Citra Perusahaan...	42
Tabel 4.10	: Hasil Tanggapan Responden Terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.....	43
Tabel 4.11	: Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk.....	44
Tabel 4.12	: Hasil Validitas Variabel Citra Merek.....	45
Tabel 4.13	: Hasil Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	45
Tabel 4.14	: Hasil Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4.15	: Hasil Pengujian Reliabilitas.....	47
Tabel 4.16	: Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.17	: Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.18	: Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.19	: Hasil Uji Autokorelasi.....	51
Tabel 4.20	: Hasil Perhitungan Persamaan Regresi.....	52

Tabel 4.21	: Koefisien Determinasi Simultan.....	55
Tabel 4.22	: Hasil Analisis Uji F.....	56
Tabel 4.23	: Ringkasan Hasil Uji T dan Koefisien Determinasi Parsial.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka Pemikiran Peneliti Terdahulu (1).....	10
Gambar 2.2	: Kerangka Pemikiran Peneliti Terdahulu (2).....	11
Gambar 2.3	: Kerangka Pemikiran Peneliti.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner.....	70
Lampiran 2	: Tabulasi Kuesioner Responden.....	73
Lampiran 3	: Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	83
Lampiran 4	: Statistik Deskriptif.....	90
Lampiran 5	: Hasil Uji Validitas.....	92
Lampiran 6	: Hasil Uji Reliabilitas.....	96
Lampiran 7	: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	100
Lampiran 8	: Hasil Uji Regresi Linear.....	102

***The Influence of Quality Product, Brand Image and Corporate Image To
Consumen Loyalty of Amanda Brownies Surabaya***

ABSTRACT

This study aims to determine how big the influence of the quality of product, brand image and corporate image to the konsumen of Amanda Brownies Surabaya. The population used in this study is konsumen who aged minimal 17 years old and have been already to do repeat purchase of the product Amanda Brownies Surabaya. The sample in this study are 74 respondents and the techniques used is purposive sampling. The analytical method used were multiple linier regression analysis.

The quality of product has the most impact on konsumen loyalty for 0,643 followed by corporate image variable amounting to 0,483. While the brand image variables has an influence lowest compared to other variables for 0.045. Hypothesis testing using t tests showing that the independent variables, include quality of product (X_1) and corporate image (X_3) which investigated proved significantly affect the dependet variable is the consumenn loyalty (Y), meanwhile the brand image (X_2) doesn.t have significantly influence to the cosumen loyalty (Y)

Then through the F test can be seen that the variables quality of product, brand image, and corporate image eligible to test the dependent konsumen loyalty. Adjusted R Square explained figures that 85.1% of konsumen loyalty variation can be explained by the three independent variables in multiple regression equatios. While the rest of 14.9% was explained by other variabes outside of the three variables used ini this study.

Keywords : *Quality Product, Brand Image, Corporate Image, Consumen Loyalty*