

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT ICBIC NUSANTARA (G-COFFEE BATAM)**

SKRIPSI



**Oleh:
Ayesha Sintiya
170910360**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT ICBIC NUSANTARA (G-COFFEE BATAM)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Ayesha Sintiya
170910360**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ayesha Sintiya
NPM : 170910360
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ICBIC NUSANTARA (G-COFFEE BATAM)”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis dikutip di dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Juli 2021



Ayesha Sintiva
170910360

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT ICBIC NUSANTARA (G-COFFEE BATAM)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Ayesha Sintiya
170910360**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 23 Juli 2021



**Asron Saputra, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Image* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini tergolong kedalam penelitian kausalitas bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini bersifat Replikasi yaitu dapat meningkatkan validitas hasil penelitian dan kemampuan untuk digeneralisasikan lebih luas. Objek penelitian ini adalah cafe G-Coffee Batam. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan purposive sampling dengan metode Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner sebanyak 160 responden. Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis data seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Sedangkan Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan instrument SPSS (*Statistical product and service solution*) versi 20. Koefisien Variabel Brand Image (X1) memiliki nilai 0,529. Koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai 0,440. Koefisien *costanta* untuk variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai nilai 0,124. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Brand Image dan kualitas pelayanan secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan G-Coffee Batam. Hasil pengujian Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terlihat pada uji F lebih besar yaitu $175,856 > 3,05$ (F tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Brand Image and service quality on customer satisfaction. This study is classified as a causality study aimed at explaining the cause-and-effect relationship between one variable and another. This research is replication in nature, that is, it can increase the validity of research results and the ability to be generalized more broadly. The object of this research is cafe G-Coffee Batam. The population in this study is unknown. Sampling in this study using purposive sampling with data collection methods used is the distribution of questionnaires 160 respondents. This study uses data analysis techniques such as validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, and hypothesis testing. While the data analysis technique was carried out using multiple regression analysis with the SPSS (Statistical Product and Service Solution) instrument version 20. The Brand Image Variable Coefficient (X1) has a value of 0.529. The service quality variable coefficient (X2) has a value of 0.440. The constant coefficient for the customer satisfaction variable (Y) has a value of 0.124. The results of this study state that Brand Image and service quality together have a significant effect on customer satisfaction at G-Coffee Batam. greater is $175,856 > 3,05$ (F table) and the significant value is $0,000 < 0,05$.

Keywords: Brand Image, Service Quality and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur kehadirat Allah Al 'Aliim yang telah melimpahkan segala ilmu, rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT ICBIC NUSANTARA (G COFFEE BATAM)” yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak / Ibu Dosen, seluruh Staff dan Civitas Universitas Putera Batam , yang telah memberikan banyak pengetahuan pada penulis;

6. Bapak Stephane Siburian, selaku pemilik PT ICBIC NUSANTARA (G-COFFEE BATAM) yang telah menyetujui dan bekerjasama dalam menyelesaikan skripsi ini;
7. Kedua orangtua penulis yang selalu memberi dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini;
8. Teristimewa untuk diri sendiri yang yang berhasil menyelesaikan skripsi ini;
9. Teman-teman seangkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala berkenan membalas kebaikan semua pihak diatas. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi para pembaca. Penulis mengetahui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca semua.

Batam, 23 Juli 2021



Ayesha Sintiya



DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	19
1.1 Latar Belakang Masalah	19
1.2 Identifikasi Masalah	24
1.3 Batasan Masalah	25
1.4 Rumusan Masalah	25
1.5 Tujuan Penelitian	25
1.6 Manfaat Penelitian	26
1.6.1 Manfaat Teoritis	26
1.6.2 Manfaat Praktis	26
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	28
2.1 Kajian Teori	28
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	28
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	28
2.1.1.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	29
2.1.1.3 Dimensi Kepuasan Pelanggan	29
2.1.1.4 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan	30
2.1.2 <i>Brand Image</i>	30
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	30
2.1.2.2 Pengukuran <i>Brand Image</i>	31
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	31
2.1.2.4 Elemen Pembentukan <i>Brand Image</i>	32
2.1.3 Kualitas Pelayanan	33
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	33
2.1.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	33
2.1.3.3 Dimensi Kualitas Pelayanan	34
2.2 Riset Terdahulu	35
2.3 Kerangka Pemikiran	36
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.2 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.3 <i>Brand Image</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	37
2.4 Hipotesis Riset	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
2.1 Jenis Penelitian	40
2.2 Sifat Penelitian	40
2.3 Lokasi dan Periode Penelitian	40

3.3.1	Lokasi Penelitian.....	40
3.3.2	Periode Penelitian	41
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi.....	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	42
3.5	Sumber Data	43
3.6	Metode Penelitian.....	43
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.2	Alat Pengumpulan Data	43
3.7	Definisi Operasional Variabel Riset	44
3.7.1	Variabel Independen	44
3.7.2	Variabel Dependen.....	45
3.8	Metode Analisis Data	46
3.8.1	Analisis Deskriptif	46
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	47
3.8.2.1	Uji Validitas Data.....	47
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	47
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	48
3.8.3.2	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.8.3.3	Uji Multikolinieritas.....	49
3.8.4	Uji Hipotesis	49
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	50
3.8.4.3	Uji Statistik t (Segmental).....	50
3.8.4.4	Uji Statistik F (Simultan)	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN	53
4.1	Gambaran Umum Objek.....	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.2.1	Deskriptif Responden Klasifikasi Jenis Kelamin.....	53
4.2.2	Deskriptif Responden Klasifikasi Umur.....	54
4.2.3	Profil Responden Klasifikasi Lama Menjadi Konsumen.....	55
4.2.4	Profil Responden Klasifikasi Pekerjaan.....	55
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	56
4.3.1	Analisis Deskriptif	56
4.3.2	Variabel <i>Brand Image</i> (X1)	56
4.3.3	Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	57
4.3.4	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	58
4.4	Analisis Data	59
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	59
4.4.1.1	Hasil Uji Validitas.....	59
4.4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	60
4.4.2	Uji Asumsi Dasar	61
4.4.2.1	Uji Normalitas.....	61
4.4.2.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
4.4.2.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63

4.4.3 Uji Pengaruh	65
4.4.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.5 Pengujian Hipotesis	66
4.5.1 Hasil Uji T.....	66
4.5.2 Hasil Uji F.....	68
4.6 Pembahasan	68
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	68
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	69
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap	
Kepuasan Pelanggan.....	70
4.7 IMPLIKASI HASIL RISET	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	<i>Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual</i>	61
Gambar 4.2	Uji Normalitas Kurva Histogram.....	62
Gambar 4.3	<i>Regression Standardized Residual Scatterplot</i>	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Persaingan Cafe di Batam.....	22
Tabel 1.2 Data Penjualan G-Coffee Batam Periode Juli- Desember 2020.....	23
Tabel 3.1 Periode Riset.....	41
Tabel 3.2 Rasio Likert.....	44
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>InDependen</i>	45
Tabel 3.4 Operasional Variabel <i>Dependen</i>	46
Tabel 3.5 kriteria indeks koefisien Realibitas	48
Tabel 4.1 Keterangan Kuesioner	53
Tabel 4.2 Identitas Responden Klasifikasi Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Identitas Responden Klasifikasi Umur.....	54
Tabel 4.4 Identitas Responden Klasifikasi lama menjadi konsumen.....	55
Tabel 4.5 Identitas Responden Klasifikasi Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.6 Kriteria Analisis Deskriptif.....	56
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	56
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	57
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1)	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	59
Tabel 4.12 Hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	60
Tabel 4.13 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.15 <i>Kolmogorov Smirnov</i>	62
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Glejser.....	64
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji T (Segmental)	67
Tabel 4.21 Hasil Uji F (Simultan)	68

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Metode Slovin.....	22
Rumus 3.2 Pearson Product Moment.....	28
Rumus 3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	30
Rumus 3.4 Uji t	31

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN
- LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP
- LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN