

**PENGARUH CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT INDOKACA MITRA FORTUNA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Benny

170910259

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT INDOKACA MITRA FORTUNA**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Benny
170910259**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Benny
NPM/NIP : 170910259
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT INDOKACA MITRA FORTUNA

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 secara 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 akademik 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, 22 Januari 2022



Benny
170910259

**PENGARUH CITRA MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PT INDOKACA MITRA FORTUNA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Benny
170910259**

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

Batam, 22 Januari 2022



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Citra merek dan kualitas pelayanan menjadi peran yang sangat penting dalam perdagangan bisnis terutama perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan barang fisik. Perusahaan kontraktor yang berada di kawasan perdagangan bebas seperti kota Batam sangat memperhatikan peran pelayanan yang dapat diberikan dengan harapan apa yang pelanggan inginkan, serta citra merek yang baik sebagai acuan bentuk kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Indokaca Mitra Fortuna dengan teknik pengambilan sampling jenuh yaitu semua pelanggan yang aktif sehingga mendapatkan jumlah sampel 104 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner yang disebarlang langsung. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi (R^2), sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan (uji t) dan (uji F) dengan menggunakan software program SPSS versi 26. Hasil Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah variabel citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh 78,6% terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil uji t dan uji f, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta secara simultan citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Citra Merek; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Brand image and quality of service becomes a very important role in business trading, especially companies engaged in the trade of physical goods. Companies located in free trade areas such as Batam city are very concerned about the role of services that can be provided in the hope that what customers want, as well as good brand image as a reference form of customer satisfaction. The purpose of this research is to find out how the influence of brand image and service quality on customers satisfaction at PT Indokaca Mitra Fortuna with saturated sampling techniques that are all existing customers active so as to get a sample number of 104 respondents. The method of collecting data is by a questionnaire that is distributed directly. Data quality test in this study using validity test and reliability test, classic assumption test and influence test in this study using multiple linear regression analysis and coefficient of determination (R²) analysis, while hypothesis test in this study using (t test) and (F test) using SPSS program software version 26. The result of coefficient of determination (R²) obtained is the variable brand image and quality service affects 78.6% of customer satisfaction. from the results of t and f tests, it can be concluded that partially the brand image and service quality has a significant effect on customer satisfaction, as well as simultaneously the brand image and service quality have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image; Service Quality; Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi 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 terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.,;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom;
3. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.,;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E.,M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan Keluarga yang selalu berdoa dan memberikan dukungan penuh kepada peneliti;
7. PT Indokaca Mitra Fortuna dan karyawannya yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini;
8. Teman-teman se-angkatan peneliti yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini;

Pada kenyataannya, walaupun telah berusaha dengan kesungguhan hati dan segenap kemampuan, namun masih banyak ditemukan kekurangan karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen dan khususnya bagi praktisi maupun masyarakat .

Batam, 22 Januari 2022

Benny
170910259



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitan.....	7
1.6.1 Manfaat teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Kajian Teori.....	8
2.1.1. Citra Merek	8
2.1.1.1. Pengertian Citra Merek	8
2.1.1.2. Dimensi Pembentuk Citra Merek.....	9
2.1.1.3. Indikator Citra Merek.....	9
2.1.2. Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan	10
2.1.2.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	11
2.1.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.1.3. Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	13
2.1.3.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14

2.1.3.4.	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.	Peneliti Terdahulu	16
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	19
2.3.1.	Pengaruh Citra Merek Pada Kepuasan Pelanggan	19
2.3.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.3.	Pengaruh Citra Merek Serta Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan	19
2.4	Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1.	Jenis Penelitian	21
3.2.	Sifat Penelitian	21
3.3.	Lokasi Serta Periode Penelitian.....	21
3.3.1	Lokasi Penelitian	21
3.3.2	Periode Penelitian.....	21
3.4.	Populasi dan Sampel	22
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	22
3.4.3	Teknik Sampling	23
3.5.	Sumber Data	23
3.5.1	Data Primer	23
3.5.2	Data Sekunder	23
3.6.	Metode Penghimpunan Data	23
3.6.1	Teknik Penghimpunan Data.....	23
3.6.2	Alat Pengumpulan Data	24
3.7.	Operasional Variabel.....	25
3.7.1	Variabel independen.....	25
3.7.2	Variabel Dependen.....	26
3.8.	Metode Analisis Data	27
3.8.1	Analisis Deskriptif	27
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	27
3.8.2.1.	Uji Validitas	27
3.8.2.2.	Uji Realibilitas	27
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	28
3.8.3.1.	Uji Normalitas	28
3.8.3.2.	Uji Multikolinearitas	29
3.8.3.3.	Uji Heteroskedatisitas	29

3.8.4	Uji Pengaruh	29
3.8.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
3.8.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi	30
3.9.	Uji Hipotesis.....	31
3.9.1	Uji T	31
3.9.2	Uji F.....	31
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	33
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	34
4.2.1	Karakteristik Respondent Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	34
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	35
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	36
4.3.1	Deskripsi Citra Merek	36
4.3.2	Deskripsi Kualitas Pelayanan.....	37
4.3.3	Deskripsi Kepuasan Pelanggan	38
4.4.	Analisis Data	39
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	39
4.4.1.1	Uji Validitas Citra Merek.....	39
4.4.1.2	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	39
4.4.1.3	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	40
4.4.2	Hasil <i>Reliability Test</i>	40
4.4.3	Hasil <i>Classic assumption test</i>	41
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	41
4.4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
4.4.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	42
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh	43
4.4.4.1	Hasil Uji Multiple Linear Regression	43
4.4.4.2	Hasil Uji R^2	44
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	44
4.5.1	Hasil Uji T.....	44
4.5.3	Hasil Uji T.....	45
4.6.	Pembahasan Hasil Penelitian	45
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	47

4.7.1	Implikasi Teoritis	47
4.7.2	Implikasi Praktis	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		49
5.1.	Simpulan.....	49
5.2.	Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN I	Kuesioner	
LAMPIRAN II	Daftar Riwayat Hidup	
LAMPIRAN III	Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Kurva Histogram	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Penjualan PT Indokaca Mitra Fortuna periode Tahun 2020	3
Tabel 1. 2	Daftar Keluhan Pelanggan Periode Juli 2020 - Desember 2020	4
Tabel 3. 1	Jadwal Penelitian	22
Tabel 3. 2	Likert Scale Teknik Penghimpunan Data	24
Tabel 3. 3	Operasional Variable	26
Tabel 4.1	Profil Sesuai Jenis Kelamin	34
Tabel 4.2	Profil Respondent Sesuai Umur	34
Tabel 4.3	Profil Respondent Berdasar Pendidikan	35
Tabel 4.4	Profil Respondent Berdasar Pendapatan	35
Tabel 4.5	Citra Merek (X1)	36
Tabel 4.6	Kualitas Pelayanan (X2)	37
Tabel 4. 7	Kepuasan Pelanggan (Y)	38
Tabel 4.8	Capaian Validity Test Citra Merek (XI)	39
Tabel 4.9	Capaian Validity Test Kualitas Pelayanan (X2)	39
Tabel 4.10	Capaian Validity Test Kepuasan Pelanggan (Y)	40
Tabel 4.11	Capaian Reliability Test	40
Tabel 4.12	Kolmogorov-smimov	41
Tabel 4. 13	Capaian Multicollinearity Test	42
Tabel 4.14	Capaian Heteroscedasticity Test	42
Tabel 4.15	Capaian Multiple Linear Regression	43
Tabel 4.16	Capaian R ² Test	44
Tabel 4.17	Capaian T Test	44
Tabel 4.18	Capaian F <i>Test</i>	45

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Koefisien Reliabilitas.....	28
Rumus 3. 2 Multiple linear regression	29
Rumus 3. 3 Koefisien Determinasi	30
Rumus 3. 4 Uji t	31
Rumus 3. 5 Uji F	32