

**PENGARUH FASILITAS DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT INTI
PENDIDIKAN SEJAHTERA**

SKRIPSI



**Oleh:
Felly
160910231**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH FASILITAS DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT INTI
PENDIDIKAN SEJAHTERA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar Sarjana



**Oleh:
Felly
160910231**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Felly

NPM/NIP : 160910231

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

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

Pengaruh Fasilitas Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Inti Pendidikan Sejahtera

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” darikarya 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 Skripsi 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, 18 Februari 2020

Felly

160910231

**PENGARUH FASILITAS DAN BRAND IMAGE
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT INTI
PENDIDIKAN SEJAHTERA**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Felly
160910231**

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

Batam, 18 Februari 2020

**Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si
Pembimbing**

ABSTRAK

Seiring berkembangnya jaman, konsumen menjadi prioritas dalam konsep pemasaran. Konsumen merupakan tokoh utama dibaliknya kesuksesan sebuah bisnis. Jika tidak terdapat konsumen, maka tidak adanya hubungan antara penjual dan pembeli. Setiap konsumen memiliki kebutuhan yang berbeda pula, bahkan tidak memiliki kesamaan dalam selera masing-masing. Di kalangan persaingan usaha dimana hari demi hari menjadi lebih ketat sehingga pada akhirnya tiap-tiap industri mengutamakan dalam penempatan tujuan utama terhadap kepuasan konsumen melalui cara yaitu memberi suatu nilai dan kepuasan konsumen dengan melewati presentasi produk atau jasa berkualitas dengan harga bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh fasilitas dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen pada PT Inti Pendidikan Sejahtera. Sampel yang diambil adalah konsumen di bimbingan belajar Noble dan teknik pengumpulan data menggunakan metode survei melalui kuesioner. Ukuran besarnya sampel yang diambil adalah sebesar 157 responden. Metode pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel fasilitas dan *brand image* berpengaruh signifikan positif baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: *Brand Image*, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

As time has evolved, consumers have become the priority in the marketing concept. The consumer is the main character behind the success of a business. If there are no consumers, then there is no relationship between the seller and the buyer. Each consumer has different needs, and do not even have the same in their respective tastes. In business competition where day by day it becomes tighter so that in the end each industry prioritizes the placement of the main goal of customer satisfaction by means of providing a value and customer satisfaction by passing the presentation of quality products or services at competitive prices. This study aims to determine and analyze the effect of facilities and brand image on consumer satisfaction at PT Inti Pendidikan Sejahtera. Samples taken are consumers in Noble tutoring and data collection techniques using survey methods through questionnaires. The size of the sample taken is 157 respondents. The data processing method uses multiple linear regression methods with SPSS tools (Statistical Product and Service Solution) version 25. From the results of this study it can be seen that the variable facilities and brand image have a significant positive effect both partially and simultaneously on customer satisfaction.

Keyword: *Brand Image, Consumer Satisfaction, Facilities*

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 Jurusan Manajemen Bisnis 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. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam sekaligus selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Orang tua, teman seperjuangan Dewi Kartika dan Elaine Junita Chandra dan pasangan penulis Hengky Lee yang selalu memberikan dukungan berupa dukungan moral dan doa kepada penulis.
7. PT Inti Pendidikan Sejahtera dan konsumennya yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Semua teman-teman seperjuangan di Universitas Putera Batam angkatan 2016.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 18 Februari 2020

Felly

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Perumusan Masalah.....	8
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6. Manfaat Penelitian	9
1.6.1. Teoritis.....	9
1.6.2. Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Teori Dasar	11
2.1.1. Fasilitas.....	11
2.1.1.1.Pengertian Fasilitas	11
2.1.1.2.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Desain Fasilitas	12

2.1.1.3.	Hal-hal yang Perlu Disampaikan dalam Fasilitas	13
2.1.1.4.	Indikator-indikator Fasilitas	14
2.1.2.	Brand image	15
2.1.2.1.	Pengertian <i>Brand Image</i>	15
2.1.2.2.	Faktor-faktor <i>Brand Image</i>	16
2.1.2.3.	Tujuan Brand image	16
2.1.2.4.	Indikator-indikator <i>Brand Image</i>	17
2.1.3.	Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.2.	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	19
2.1.3.3.	Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	20
2.1.3.4.	Indikator-indikator Kepuasan Konsumen	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	21
2.3.	Kerangka Berpikir	28
2.3.1.	Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen	28
2.3.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.3.3.	Pengaruh Fasilitas dan Brand Image terhadap Kepuasan	29
2.4.	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1.	Desain Penelitian	32
3.2.	Operasional Variabel	33
3.2.1.	Variabel Independen (Bebas)	33
3.2.1.1.	Fasilitas	33
3.2.1.2.	Brand Image	34
3.2.2.	Variabel Dependen (Terikat)	34
3.2.2.1.	Kepuasan Konsumen	34
3.3.	Populasi dan Sampel	36

3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.5. Metode Analisis Data	38
3.5.1. Analisis Deskriptif	39
3.5.2. Uji Kualitas Data.....	39
3.5.2.1.Uji Validatas	39
3.5.2.2.Uji Realibilitas	40
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	41
3.5.3.1.Uji Normalitas	41
3.5.3.2.Uji Multikolieritas.....	41
3.5.3.3.Uji Heteroskedastistas	42
3.5.4. Uji Pengaruh	43
3.5.4.1.Analisis Regresi Berganda	43
3.5.4.2.Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.5.5. Uji Hipotesis	44
3.5.5.1.Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	44
3.5.5.2.Pengujian Secara Simultan (Uji F)	45
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	46
3.6.1. Lokasi	46
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Pofil Responden	47
4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
4.2. Hasil Penelitian	48
4.2.1. Analisis Deskriptif	48

4.2.1.1. Variabel Fasilitas (X_1)	49
4.2.1.2. Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)	50
4.2.1.3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	52
4.2.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	53
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas Data	53
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Data.....	55
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas	56
4.2.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas	58
4.2.4. Hasil Uji Pengaruh	60
4.2.4.1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	60
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis	62
4.2.5.2. Hasil Uji F	63
4.3. Pembahasan	63
4.3.1. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera	64
4.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Inti Pendidikan Sejahtera	64
4.3.3. Pengaruh Fasilitas dan <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Inti Pendidikan Sejahtera	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram.....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data P-P Plot	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Murid 2017/2019.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel	35
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Rentang Skala	48
Tabel 4.4 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Fasilitas (X_1).....	49
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Brand Image (X_2).....	50
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i>	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F	63

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin.....	37
Rumus 3.2 <i>Pearson Product Moment</i>	39
Rumus 3.3 Analisis Regresi Berganda.....	43
Rumus 3.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
Rumus 3.5 t hitung.....	45
Rumus 3.6 f hitung.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	71
LAMPIRAN 2 KUESIONER.....	76
LAMPIRAN 3 TABULASI DATA.....	80
LAMPIRAN 4 HASIL PENGOLAHAN DATA	89
LAMPIRAN 5 TABEL R	99
LAMPIRAN 6 TABEL T.....	102
LAMPIRAN 7 TABEL F.....	104