

**PENGARUH CITRA MEREK MICHELIN, HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI PT INDOPAC
DYNAMIC DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Venny
130910098**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH CITRA MEREK MICHELIN, HARGA
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DI PT INDOPAC
DYNAMIC DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Venny
130910098**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 08 Februari 2017

Yang membuat Pernyataan,

Venny

130910098

**PENGARUH CITRA MEREK MICHELIN, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI
PT INDOPAC DYNAMIC DI KOTA BATAM**

Oleh
Venny
130910098

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 8 Februari 2017

Wasiman, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel citra merek michelin, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Sampel yang digunakan adalah konsumen di PT Indopac Dynamic di Kota Batam yang berjumlah 124 responden dengan menggunakan metode *simple random sampling*, yaitu sampel yang diambil secara acak tanpa memperhatikan strata dan elemen populasi berpeluang sama untuk menjadi elemen sampel. Hasil penelitian ini menemukan bahwa: (1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai regresi 0,439 dan tingkat signifikannya 0,000. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai regresi 0,221 dan tingkat signifikannya 0,006. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai regresi 0,126 dan tingkat signifikannya 0,021. (4) Citra merek, harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan tingkat signifikannya 0,000. Variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu citra merek, harga dan kualitas pelayanan sebesar 42,3% dan sisanya sebesar 57,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Citra merek, harga, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of variable brand image michelin, price and quality of service on variable customer loyalty. This study is a survey using questionnaire as an instrument. The sample used is customer at PT Indopac Dynamic taken as many as 124 respondents using simple random sampling method, a sample selection technique which taken randomly without regard the degree and every element will have the same chance to become a sample. The study found that: (1) Brand image is positive and significant impact on customer loyalty with the value of regression 0,439 and 0,000 significance level. (2) Price is positive and significant impact on customer loyalty with the value of regression 0,221 and 0,006 significance level. (3) Quality of service is positive and significant impact on customer loyalty with the value of regression 0,126 and 0,021 significance level. (4) Brand image, price and quality of service are simultaneously positive and significant impact on customer loyalty with the level of significance of 0,000. The dependent variable can be explained by the independent variables which are the brand image, price and quality of service are 42.3% and the remaining 57.7% is influenced by other factors that not included in this study.

Keywords : Brand image, price, quality of service, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Segala hormat, kemuliaan dan pujian bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi 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 Nur Elfi Husda, S.Kom, M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Wasiman, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Bapak Herry Lim sebagai Direktur PT Indopac Dynamic yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian di PT Indopac Dynamic

6. Seluruh Staff PT Indopac Dynamic yang telah sangat banyak membantu dalam pengambilan data dan penyebaran Kuisisioner
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan studi
8. Semua sahabatku dan teman-teman seperjuangan Manajemen, terima kasih atas bantuan dan dukungannya

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Citra Merek	10
2.1.1.1 Definisi citra merek.....	10
2.1.1.2 Indikator citra merek	11
2.1.1.3 Faktor pendukung terbentuknya citra merek.....	12
2.1.1.4 Manfaat citra merek	13
2.1.2 Harga	15
2.1.2.1 Definisi harga	15
2.1.2.2 Indikator harga	16
2.1.2.3 Faktor yang mempengaruhi harga.....	17
2.1.2.4 Peranan harga	18
2.1.3 Kualitas Pelayanan	19
2.1.3.1 Definisi kualitas pelayanan	19

2.1.3.2 Indikator kualitas pelayanan	21
2.1.3.3 Faktor penghambatan kualitas pelayanan	22
2.1.4 Loyalitas Konsumen.....	23
2.1.4.1 Definisi loyalitas konsumen.....	23
2.1.4.2 Indikator loyalitas konsumen	25
2.1.4.3 Faktor loyalitas konsumen	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	 34
3.1 Desain Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	35
3.2.1 Variabel Independen.....	35
3.2.2 Variabel Dependen	36
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis Data	41
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	43
3.5.2.1 Uji validitas data	44
3.5.2.2 Uji reabilitas data	45
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	46
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	47
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	47
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.5.4 Uji Pengaruh	48
3.5.4.1 Uji regresi linear berganda.....	48
3.5.4.2 Analisis koefisien determinasi (R^2)	49
3.5.5 Rancangan Uji Hipotesis.....	50
3.5.5.1 Uji T (Pengujian secara parsial)	51
3.5.5.2 Uji F (Pengujian simultanl).....	52
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	53
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	53
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 54
4.1 Profil Responden.....	54

4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	56
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	57
4.1.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Status	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Analisa Deskriptif	59
4.2.1.1 Variabel citra merek (X_1)	59
4.2.1.2 Variabel harga (X_2).....	63
4.2.1.3 Variabel kualitas pelayanan (X_3).....	68
4.2.1.4 Variabel loyalitas konsumen (Y_1).....	75
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	80
4.2.2.1 Hasil uji validitas instrumen	80
4.2.2.2 Hasil uji reabilitas instrumen	83
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	84
4.2.3.1 Hasil uji normalitas	84
4.2.3.1 Hasil uji multikolinearitas	87
4.2.3.1 Hasil uji heteroskedastisitas	88
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh	89
4.2.4.1 Hasil analisis regresi linear berganda.....	89
4.2.4.2 Hasil analisis koefisien determinasi (R^2)	91
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	91
4.2.5.1 Hasil uji t	91
4.2.5.2 Hasil uji F	93
4.3 Pembahasan.....	94
 BAB V PENUTUP.....	 97
5.1 Simpulan	97
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Penjualan ban tahun 2013-2016

.....
3

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

.....
27

Tabel 3.1 Perhitungan Sampel

.....
32

Tabel 3.2 Skala likert

.....
40

Tabel 3.3 Rentang Skala

.....
43

Tabel 3.4 Tingkat Validitas

.....
45

Tabel 3.5 Reabilitas

.....
46

Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

.....
50

Tabel 3.7 Jadwal Penelitian

.....
53

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

.....
54

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

.....
55

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

.....
56

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

.....
56

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

.....
57

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Status

.....
58

Tabel 4.7 Kriteria Analisis Deskriptif

.....
59

Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_1

.....
60

Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_2

.....
61

Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_3

.....
62

Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_1

.....
64

Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_2

.....
65

Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_3

66

Tabel 4.14 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_4

67

Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_1

69

Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_2

70

Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_3

71

Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_4

72

Tabel 4.19 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_5

74

Tabel 4.20 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_1

75

Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_2

76

Tabel 4.22 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_3

78

Tabel 4.23 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_4

79

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Citra Merek	
.....	
80	
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Harga	
.....	
81	
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	
.....	
81	
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	
.....	
82	
Tabel 4.28 Indeks Koefisien Reliabilitas	
.....	
83	
Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas	
.....	
83	
Tabel 4.30 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	
.....	
86	
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas	
.....	
87	
Tabel 4.32 Hasil Uji Heteroskedastisitas	
.....	
88	
Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	
.....	
89	
Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi	
.....	
91	

Tabel 4.40 Hasil Uji t

.....
92

Tabel 4.41 Hasil Uji F

.....
94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	
.....	
32	
Gambar 4.1 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_1	
.....	
60	
Gambar 4.2 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_2	
.....	
61	
Gambar 4.3 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X1_3	
.....	
63	
Gambar 4.4 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_1	
.....	
64	
Gambar 4.5 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_2	
.....	
65	
Gambar 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_3	
.....	
67	
Gambar 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X2_4	
.....	
68	
Gambar 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_1	
.....	
69	

Gambar 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_2	70
Gambar 4.10 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_3	72
Gambar 4.11 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_4	73
Gambar 4.12 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan X3_5	74
Gambar 4.13 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_1	76
Gambar 4.14 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_2	77
Gambar 4.15 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_3	78
Gambar 4.16 Hasil Analisis Deskripsi Item Pernyataan Y1_4	79
Gambar 4.17 Histogram	84
Gambar 4.18 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized	85
Gambar 4.19 Scatter Plot	86

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 Slovin	
.....	
37	
Rumus 3.2 Rentang Skala	
.....	
42	
Rumus 3.3 Koefisiensi Korelasi Product Moment	
.....	
44	
Rumus 3.4 Cronbach's Alpha	
.....	
46	
Rumus 3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	
.....	
48	
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	
.....	
49 Rumus 3.7 Uji T	
.....	
51 Rumus 3.8 Uji F	
.....	
52	

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER
LAMPIRAN II DATA RESPONDEN
LAMPIRAN III TABULASI DATA
LAMPIRAN IV HASIL UJI SPSS
LAMPIRAN V Tabel R
LAMPIRAN VI Tabel T
LAMPIRAN VII Tabel F
LAMPIRAN VIII PENELITIAN TERDAHULU