

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT
PEGADAIAN (PERSERO) BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Mira
140610050**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT
PEGADAIAN (PERSERO) BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana



Oleh:
Mira
140610050

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Mira
NPM/NIP : 140610050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT PEGADAIAN (PERSERO) BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam 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, 06 Agustus 2018

Materai 6000

Mira
140610050

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT
PEGADAIAN (PERSERO) BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Mira
140610050

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini

Batam, 06 Agustus 2018

Sayfullah, S.E., M.Si.
Pembimbing

ABSTRAK

Salah satu upaya pemerintah untuk menyehatkan perekonomian nasional adalah dengan cara penyaluran dana dalam bentuk kredit. Pegadaian syariah merupakan jaminan utang atau gadai. Lebih jelasnya pegadaian syariah merupakan sistem menjamin utang dengan barang yang dimiliki yang mana memungkinkan untuk dapat dibayar dengan uang atau hasil penjualannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh parsial (uji t) dan secara simultan (uji F) antara variabel citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Pegadaian (Persero) Batam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masing-masing responden sebanyak 294 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,135 atau 13,5%, dari nilai dapat diketahui citra merek dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh faktor lain. tidak diperiksa. Hasil penelitian berdasarkan uji t untuk citra merek memiliki nilai (t hitung) sebesar $6,080 > 1,968$ (t tabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan memiliki (t hitung) nilai $2,281 > 1,968$ (t tabel) dan nilai signifikan $0,023 < 0,05$, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil uji F memiliki nilai sebesar $22,670 > 3,03$ (Ftabel) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, dapat diartikan bahwa variabel citra merek dan kualitas layanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

One of the government's efforts to make the national economy healthy is by channeling funds in the form of credit. Sharia pawnshops are collateral for debt or pawning. More clearly the sharia pawnshop is a system of guaranteeing debt with goods owned which allow it to be paid with money or proceeds of sale. The purpose of this research is to know the partial influence (T test) and simultaneously (F test) between brand image variable and service quality to customer satisfaction in PT. Pegadaian (Persero) Batam. The research method used in this research is descriptive research method with quantitative approach. Data collection techniques were done by distributing questionnaires to each respondent as much as 294 respondents. The results showed that the value of R Square of 0.135 or 13,5%, of the value can be known the brand image and service quality affect the customer satisfaction of 13,5% while the rest is 86,5% influenced by other factors not examined. The result of research based on t test for brand image has (t count) value equal to 6,080 > 1,968 (t table) and significant value 0,000 <0,05 meaning that variable of brand image have significant effect to customer satisfaction, while service quality has (t count) value of 2,281 > 1,968 (t table) and significant value 0,023 <0,05, meaning service quality variable have significant effect to customer satisfaction. And the result of F test has value equal to 22,670 > 3,03 (F table) and significant value 0,000 <0,05, can be interpreted that variable brand image and service quality simultaneously have a significant effect to customer satisfaction.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam dengan judul “Pengaruh Citra merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Pegadaian (Persero) Batam. Penulis menyadari bahwa tugas akhir/skripsi masih jauh dengan kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa penulisan 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; Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd.
3. Ketua Program Studi Manajemen; Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam, yang telah bersedia meluangkan waktu dalam memberikan bimbingan, motivasi, dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak M. Yusuf Y. Badar selaku Deputy Operasional Plh Humas Pekanbaru PT. Pegadaian (Persero) di Batam.
6. Bapak Riki Rolando, S.E selaku Pemimpin Cabang PT. Pegadaian (Persero) yang telah memberikan izin dalam melaksanakan penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Batam.
7. Seluruh dosen Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Asmadi dan Ibu Ramlah yang telah memberikan doa dan penyemangatsaya hingga sekarang ini. Kepada saudara-

saudariku Rodi (Abang), Dori (Abang) dan Rika (Adik) terima kasih yang senantiasa selalu memberikan motivasi dan doanya.

9. *My boyfriend* Rizani yang selalu mendukung dan memberikan semangat.
10. Kepada seluruh keluarga saya yang selalu memberi dukungan dan doa selama saya menjalani perkuliahan.
11. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Bisnis khususnya manajemen yaitu Susanti, Marhayati, Dewi Fitriani JS dan Suriani yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran bantuan serta doa dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dan dukungannya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat serta hidayah-Nya, Amin

Batam, 06 Agustus 2018

Mira

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1 Citra Merek.....	12
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.1.1.2 Manfaat Merek.....	13
2.1.1.3 Cara Membangun Merek yang Kuat	14
2.1.1.4 Indikator Citra Merek	18
2.1.1.5 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah.....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan	18
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	12

2.1.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan	23
2.1.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	12
2.1.3 Kepuasan Pelanggan (Nasabah).....	24
2.1.3.1 Pengertian Pelanggan (Nasabah).....	12
2.1.3.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan.....	27
2.1.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan (Nasabah).....	28
2.1.3.4 Hubungan Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Operasional Variabel.....	32
3.2.1 Variabel Bebas (<i>Variable Independent</i>)	33
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Variable Dependent</i>).....	34
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.3.1 Populasi	36
3.3.2 Sampel	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.5 Metode Analisis Data	39
3.5.1 Analisis Deskriptif	40
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	40
3.5.2.1 Uji Validitas	40
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	42
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	43
3.5.3.1 Uji Normalitas	43
3.5.3.2 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	43
3.5.3.3 Uji Multikolinieritas	44
3.5.3.4 Uji Heteroskedastisitas	44

3.5.4 Uji Pengaruh	44
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.5.5 Uji Hipotesis	46
3.5.5.1 Uji T	47
3.5.5.2 Uji F.....	48
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	49
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	49
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Profil Responden.....	51
4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.2 Analisis Deskriptif	54
4.1.2.1 Variabel Citra Merek (X_1).....	55
4.1.2.2 Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	56
4.1.2.3 Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	59
4.2 Hasil Uji Kualitas Data	61
4.2.1 Hasil Uji Validitas	61
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	64
4.3.2 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	65
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	66
4.4 Hasil Uji Pengaruh	68
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	68
4.4.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.5 Hasil Uji Hipotesis	70
4.5.1 Hasil Uji T	70
4.5.2 Hasil Uji F	71

4.6 Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN I	
LAMPIRAN II	
LAMPIRAN III	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 4.4 Histogram Normalitas.....	64
Gambar 4.5 P-P Plot Normalitas.....	66

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Realisasi Kinerja Usaha Pegadaian Syariah Simpang Kara	3
Tabel 1.3 Data Nasabah	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reabilitas	42
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4.4 Variabel Citra Merek (X1) Pernyataan X1_1.....	54
Tabel 4.5 Variabel Citra Merek (X1) Pernyataan X1_2.....	55
Tabel 4.6 Variabel Citra Merek (X1) Pernyataan X1_3.....	55
Tabel 4.7 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Pernyataan X2_1	56
Tabel 4.8 Variabel Kualitas pelayanan (X2) Pernyataan X2_2	56
Tabel 4.9 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Pernyataan X2_3.....	57
Tabel 4.10 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Pernyataan X2_4	57
Tabel 4.11 Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Pernyataan X2_5	58
Tabel 4.12 Variabel Kepuasan Nasabah (Y) Pernyataan Y_1	58
Tabel 4.13 Variabel Kepuasan Nasabah (Y) Pernyataan Y_2	59
Tabel 4.14 Variabel Kepuasan Nasabah (Y) Pernyataan Y_3	59
Tabel 4.15 Variabel Kepuasan Nasabah (Y) Pernyataan Y_4	60
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1).....	60
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	61
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	62
Tabel 4.19 Indek Koefisien Reliabilitas.....	62
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)	63
Tabel 4.21 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	63
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	64
Tabel 4.23 Uji Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4.24 Uji Multilinearitas	66

Tabel 4.25 Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4.26 Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.27 Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Tabel 4.28 Uji T.....	70
Tabel 4.29 Uji F.....	71

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	37
Rumus 3.2 Nilai Koefisien.....	41
Rumus 3.3 Uji Reliabilitas	42
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	45
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	46
Rumus 3.6 Uji T.	47
Rumus 3.7 Uji F.	48