

**PENGARUH CITRA MEREK, FASILITAS
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA JOHN
BARBERSHOP DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh:
Rita Susanti Siregar
170910271

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

**PENGARUH CITRA MEREK, FASILITAS
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA JOHN
BARBERSHOP DI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Rita Susanti Siregar
170910271**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rita Susanti Siregar
NPM : 170910271
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program studi : Manajemen

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

Pengaruh Citra Merek, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada John Barbershop Di 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 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, 28 Januari 2021



Rita Susanti Siregar

170910271

**PENGARUH CITRA MEREK, FASILITAS DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA JOHN *BARBERSHOP* DI BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Rita Susanti Siregar
170910271**

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

Batam, 29 Januari 2021



Syaifullah, S.E., M.M

Pembimbing



ABSTRAK

Perkembangan dunia usaha bisnis jasa menunjukkan semakin ketatnya persaingan yang ada pada masing-masing perusahaan. maka perusahaan sangat dianjurkan untuk meningkatkan citra merek yang ada agar semakin terkenal oleh masyarakat umum. setelah itu fasilitas yang ada juga di perusahaan sangat penting untuk menunjang bagaimana supaya pelanggan puas dengan apa yang pelanggan inginkan, bahkan juga kualitas pelayanan memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan pelanggan dan tidak kalah model dengan usaha bisnis jasa *Barbershop* lainnya yang *trend* supaya pelanggan merasa loyalitas. karena semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dan dirasakan, maka akan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan di Jhon *Barbershop*. dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian mengenai pengaruh citra merek (X_1), fasilitas (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada Jhon *Barbershop* di Batam. metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *google form*. Penelitian ini mempunyai populasi 2360 dan setelah dihitung dengan menggunakan rumus slovin, maka sampel yang di dapatkan sebanyak 100 sampel. Penelitian ini dibantu dengan alat pengolahan data SPSS versi 25. Variabel citra merek dengan hasil t hitung $> t$ tabel yaitu $2.020 > 1.660$ dengan signifikansi $0,046 < 0,05$., variabel Fasilitas nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4,389 > 1,660$ dengan signifikansi $0,000 < 0,005$. variabel Kualitas Pelayanan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,799 > 1,660$ dengan signifikansi $0,004 < 0,05$. hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. dan kualitas pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. secara simultan citra merek, fasilitas dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan,

Kata kunci : Citra Merek, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The development of the service business world shows the increasingly intense competition that exists in each company. hence the company is highly recommended to improve the existing brand image to make it more famous by the general public. After that, the existing facilities in the company are also very important to support how customers are satisfied with what customers want, even the quality of service provides services as expected by customers and is no less a model with other trendy Barbershop service businesses so that customers feel loyal. because the higher the level of service quality provided and felt, the higher the level of customer loyalty at Jhon Barbershop. In this study, researchers conducted research on the effect of brand image (X1), facilities (X2) and service quality (X3) on customer loyalty (Y) at Jhon Barbershop in Batam. The method that researchers use in this research is quantitative methods and data collection through the distribution of google form questionnaires. This study has a population of 2360 and after being calculated using the Slovin formula, the samples obtained are 100 samples. This research was assisted by data processing tool SPSS version 25. The brand image variable with the results of $t_{count} > t_{table}$ is $2,020 > 1,660$ with a significance of $0.046 < 0.05$., Facility variable value $t_{count} > t_{table}$ is $4.389 > 1.660$ with a significance of $0.000 < 0.005$. Service Quality variable value $t_{count} > t_{table}$, namely $2.799 > 1.660$ with a significance of $0.004 < 0.05$. The results of this study state that partially brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, facilities have a positive and significant effect on customer loyalty. and customer quality has a positive and significant effect on customer loyalty. Simultaneously brand image, facilities and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Brand Image, Facilities, Service Quality and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) Pada Program Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan semangat 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;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Skripsi Penulis Pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt.,S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik Penulis Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
6. Seluruh Dosen Dan Staff Universitas Putera Batam Yang Telah Memberikan Bekal Ilmu Selama Masa Perkuliahan;
7. Kedua Orang Tua Yang Tercinta, Sebagai Dorongan Semangat Dalam Setiap Langkah Penulis;
8. Saudara Kandung, Kakak, Abang Serta Adik-Adik Yang Telah Memberikan Semangat Kepada Penulis Dalam Penulisan Skripsi Ini;
9. Bapak Hafamati Waruwu Selaku Pemilik Usaha Dan Seluruh Pihak Jhon Barbershop Atas Izin Dan Kesempatan Yang Diberikan Pada Penelitian Ini;
10. Sahabat-Sahabat Penulis Yang Telah Berjuang Bersama-Sama Dalam Penyelesaian Skripsi ini khususnya Tia, Lia, widya dan Daris.
11. Unit Kegiatan Mahasiswa Kristen, KTB, Bapak Heryenzus, dan Seluruh Pihak Yang Telah Mendukung Dalam Penelitian Ini Yang Tidak Bisa Disebutkan Satu Persatu.yang turut mendoakan, membantu dan memberikan semangat.

Akhir Kata, Semoga Tuhan Membalas Seluruh Kebaikan Dan Selalu Mencurahkan Penyertaan Serta Berkat, Amin.

Batam, 28 Desember 2021



Rita Susanti Siregar



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Perumusan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis	7
1.6.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Citra Merek.....	9
2.1.1.1 Pengertian citra merek	9
2.1.1.2. Faktor-Faktor Pembentuk Citra Merek	10
2.1.1.3. Faktor-faktor pendukung terciptanya citra merek.....	10
2.1.1.4 Indikator citra merek.....	11

2.1.2 Fasilitas	11
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	11
2.1.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Fasilitas	12
2.1.2.3. Manfaat Fasilitas	13
2.2.2.4 Indikator Fasilitas	13
2.1.3 Kualitas pelayanan	14
2.1.3.1 Pengertian kualitas pelayanan	14
2.1.3.2.Karakteristik kualitas pelayanan	15
2.1.3.3. Strategi meningkatkan kualitas pelayanan.....	15
2.1.3.4 Indikator kualitas pelayanan	18
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4.1 Pengertian loyalitas pelanggan	18
2.1.4.2. Faktor- Faktor Loyalitas Pelanggan.....	19
2.1.4.3. Aspek-Aspek Loyalitas Pelanggan	20
2.1.4.4. Tahapan-tahapan loyalitas pelanggan.....	20
2.1.4.5 Indikator loyalitas pelanggan.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.3.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.3.3. Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.3.4. Konsep yang dikembangkan dalam penelitian ini sebagai berikut	27
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Operasional Variabel.....	30
3.2.1. Variabel Penelitian	30
3.2.1.1. Variabel Independen	30
3.2.1.2. Variabel Dependen (Y).....	31
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi.....	33

3.3.2. Sampel Penelitian	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1. Sumber Data	35
3.4.2. Pengumpulan Data	36
3.5. Metode Analisis Data	37
3.5.1. Analisis Deskriptif.....	37
3.5.2. Uji Kualitas Data	39
3.5.2.1. Uji Validitas	39
3.5.2.2. Uji Reliabilitas.....	40
3.5.3. Uji Asumsi Klasik	41
3.5.3.1. Uji Normalitas	41
3.5.3.2. Uji Multikolinieritas	42
3.5.3.3. Uji Heterokedastisitas.....	43
3.5.4. Uji Pengaruh.....	43
3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.5.4.2 Uji Determinan (R^2).....	44
3.5.5. Uji Hipotesis	44
3.5.5.1 Uji T	44
3.5.5.2 Uji F (Simultan).....	45
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	46
3.6.1. Lokasi Penelitian	46
3.6.2. Jadwal Penelitian	47
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Hasil Penelitian	48
4.1.1. Profil Responden	48
4.1.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	50
4.1.1.5. Profil Responden Berdasarkan Status Pendapatan	51
4.1.1.6. Profil Responden Berdasarkan lama menjadi pelanggan.....	52

4.1.2. Analisis Deskriptif.....	53
4.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	53
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas (X2).....	55
4.1.2.3. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X3).....	56
4.1.2.4 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y).....	58
4.1.3 Hasil Uji Kualitas Data.....	59
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	59
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	63
4.1.4.2 Hasil uji multikolinearitas.....	65
4.1.4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	66
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh.....	67
4.1.5.1 Hasil Regresi Linear Berganda.....	67
4.1.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
4.1.6. Uji Hipotesis.....	70
4.1.6.1 Hasil Uji T.....	70
4.1.6.2. Hasil Uji F.....	72
4.2. Pembahasan.....	73
4.2.1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.2 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	74
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4. 1 Hasil Histogram Uji Normalitas	63
Gambar 4. 2 Hasil P-Plot Uji Normalitas	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Jhon Barbershop 6 Bulan Terakhir Maret-Agustus Tahun 2020	4
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	36
Tabel 3. 3 Kategori Rentang Skala Analisis Deskriptif	38
Tabel 3. 4 Indeks Koefisien Validitas	40
Tabel 3. 5 Indeks Koefisien Reliabilitas	41
Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian.....	47
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan pekerjaan.....	51
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan pendapatan.....	51
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan lama menjadi pelanggan	52
Tabel 4. 7 Kategori Rentang Skala Analisis Deskriptif	53
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek (X1).....	53
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Fasilitas (X2).....	55
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Dari Pernyataan Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	56
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Item Pernyataan Loyalitas Pelanggan (Y).....	58
Tabel 4. 12 Uji Validitas Citra Merek (X1)	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	67
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji R ²	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji T	70
Tabel 4. 20 Hasil Uji F	72

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin.....	34
Rumus 3. 2 Rentang Skala	38
Rumus 3. 3 Rumus Koefisien Korelasi	39
Rumus 3. 4 Varians Inflating Factor	42
Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda.....	43
Rumus 3. 6 Uji T	45
Rumus 3. 7 Uji F	45