



# PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh:

Nama : **Natasha Gabrielle**

NIM : **27140177**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**Mei 2018**



## PENGESAHAN

# PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA

**Diajukan Oleh**

**Nama : Natasha Gabrielle**

**NIM : 27140177**

**Jakarta, 15 Mei 2018**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**

**Lily Harjati, Ir., M.M.**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2018**

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Natasha Gabrielle / 27140177 / 2018 / Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia / Dosen Pembimbing: Lily Harjati, Ir., M.M.

Saat ini sektor pariwisata di Indonesia sedang meningkat dengan dipromosikannya kampanye *Wonderful Indonesia* dan membuat wisatawan domestik dan asing untuk berwisata di Indonesia. Salah satu opsi transportasi yang banyak digunakan adalah pesawat terbang karena pesawat merupakan transportasi paling cepat dan aman untuk mencapai lokasi wisata yang jauh. Karena itu, bisnis maskapai penerbangan makin berkembang di Indonesia karena semakin banyak wisatawan yang ingin datang berwisata ke Indonesia. Untuk itu, perusahaan harus mampu menciptakan loyalitas pelanggan dengan cara menerapkan citra merek dan kualitas layanan yang baik.

Terdapat 3 dimensi untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan yaitu melakukan pembelian ulang, mereferensikan kepada orang lain, dan kebal terhadap produk pesaing. Untuk mengukur variabel citra merek terdapat 3 dimensi yaitu kekuatan merek, kesukaan merek, dan keunikan merek. Untuk variabel kualitas layanan terdapat 5 dimensi untuk mengukurnya yaitu responsif, dapat diandalkan, dapat dipastikan, dapat dilihat, dan empati.

Metode penelitian yang digunakan adalah judgment sampling dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang sudah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia lebih dari 1 kali. Alat ukur dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, persentase, rata-rata, skala likert, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 20.0

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah perempuan dengan rentang usia 18-25 tahun dan berstatus sebagai karyawan dengan pendidikan terakhir sarjana. Berdasarkan analisis regresi linear berganda didapat hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari citra merek dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan citra merek dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan persentase rata-rata baik yang artinya pelanggan loyal karena maskapai Garuda Indonesia mempunyai citra merek dan kualitas layanan yang baik.





## ABSTRACT

Natasha Gabrielle / 27140177 / 2018 / *The Influence of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty of Garuda Indonesia Airline* / Advisor: Lily Harjati, Ir., M.M.

*Currently, the tourism sector in Indonesia is on the rise with the promotion of the Wonderful Indonesia campaign and making domestic and foreign tourists to travel in Indonesia. One of the most widely used transportation options is airplanes because the aircraft is the fastest and safest transportation to reach distant tourist sites. Therefore, the airline business is growing in Indonesia as more tourists want to come to Indonesia. Because of that, the company must be able to create customer loyalty by applying a good brand image and service quality.*

*There are three dimensions to measure customer loyalty variable that are to repurchase, refer to others, and immune to competitors' products. To measure the brand image variable, there are 3 dimensions of brand strength, brand favorability, and brand uniqueness. For service quality variable, there are 5 dimensions to measure that is responsiveness, reliability, assurance, tangibility, and empathy.*

*The research method used is judgment sampling by collecting data through questionnaires distributed to 100 respondents who have used Garuda Indonesia airline service more than 1 times. Measuring tools in this research are validity test, reliability test, percentage, average, Likert scale, classical assumption test, and multiple linear regression test. The tool used is SPSS 20.0.*

*The results showed that the largest number of respondents were women with the age range 18-25 years and their status as employees with the last education level is undergraduate. Based on multiple linear regression analysis, it is found that there is significant and positive influence of brand image and service quality to customer loyalty.*

*This study concludes that overall brand image and service quality have an effect on loyalty of Garuda Indonesia airline's customer with a good result of average percentage which means the customers are loyal because Garuda Indonesia airline has a good brand image and service quality.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Copyright © 2018 by Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Garuda Indonesia”** yang harus diselesaikan untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, petunjuk, semangat, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Lily Harjati, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Seluruh dosen yang telah mengajar dan memberikan semangat kepada peneliti dari semester pertama hingga akhir dengan sabar sehingga peneliti dapat menyelesaikan semua mata kuliah yang diikuti dengan baik.
3. Keluarga peneliti yaitu mami, papi, dan kedua adik peneliti yaitu Joshua Mikhael dan Jordan Garcia yang sudah mendukung dan memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman peneliti yang telah membantu dan memberikan semangat dan dorongan kepada peneliti pada saat penulisan skripsi ini yaitu Geovani Jeonica, Selly Hantoro,



Hanny Candra, Melina, Eric Steffen, Otniel Niko Pratama, Sally Valentine, teman-teman PD Maleakhi, dan teman-teman lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

5. Pihak-pihak lainnya yang telah berkontribusi dalam penelitian ini yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Peneliti sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti menerima kritik dan saran yang disampaikan agar di kesempatan yang akan datang, peneliti dapat membuat penyusunan yang lebih baik lagi.

Akhir kata, peneliti berharap apa yang telah peneliti paparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi berbagai pihak yang memerlukannya.

Jakarta, Mei 2018

Natasha Gabrielle

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Pengesahan .....	ii
Abstrak .....	iii
Abstract .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	x
Daftar Lampiran .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Batasan Penelitian .....	6
E. Rumusan Masalah .....	6
F. Tujuan Penelitian .....	6
G. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	8
1. Merek .....	8
2. Citra Merek .....	9
3. Layanan .....	10
4. Kualitas .....	11
5. Kualitas Layanan .....	12
6. Loyalitas Pelanggan .....	14
B. Penelitian Terdahulu .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	19
D. Hipotesis .....	21

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

A. Obyek Penelitian .....	22
B. Desain Penelitian .....	22
C. Operasionalisasi Analisis Variabel Penelitian .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data .....	29
E. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
F. Teknik Analisis Data .....	30

**BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
B. Analisis Deskriptif .....	48
C. Hasil Penelitian.....	63
1. Uji Asumsi Klasik .....	63
2. Analisis Regresi Berganda.....	66
D. Pembahasan .....	68

**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73

Daftar Pustaka .....	75
----------------------	----

Lampiran.....	77
---------------	----

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Awards Kategori <i>Airlines</i> Tahun 2018 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1 .....	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2 .....	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3 .....	18
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4 .....	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan .....	26
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	28
Tabel 3.4 Skala Likert .....	33
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan .....	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan .....	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	53
Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
Tabel 4.8 Profil Responden berdasarkan Usia .....	55
Tabel 4.9 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.10 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	57
Tabel 4.11 Analisis Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 4.12 Analisis Variabel Kualitas Layanan .....	60
Tabel 4.13 Analisis Variabel Loyalitas Pelanggan .....	62
Tabel 4.14 Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.15 Uji Heteroskedastisitas .....	64
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi .....	64
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas .....	65
Tabel 4.18 Uji Keberartian Model (Uji F) .....	66
Tabel 4.19 Uji Signifikan Koefisien (Uji t) .....	66
Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b>	Safety Ranking Garuda Indonesia.....	4
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pemikiran .....	19
<b>Gambar 3.1</b>	Analisa Durbin-Watson .....	35
<b>Gambar 4.1</b>	Pesawat Garuda Indonesia.....	39
<b>Gambar 4.2</b>	Kabin <i>First Class</i> Garuda Indonesia.....	45
<b>Gambar 4.3</b>	Kabin <i>Business Class</i> Garuda Indonesia .....	45
<b>Gambar 4.4</b>	Kabin <i>Economy Class</i> Garuda Indonesia .....	46
<b>Gambar 4.5</b>	Lounge Garuda Indonesia.....	46
<b>Gambar 4.6</b>	Logo Garuda Indonesia.....	47

**© Hak Cipta Ilmiah dan Informatika Kwik Kian Gie**  
**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner .....	77
Lampiran 2: Data Hasil Pra-Kuesioner Variabel Citra Merek .....	82
Lampiran 3: Data Hasil Pra-Kuesioner Variabel Kualitas Layanan.....	83
Lampiran 4: Data Hasil Pra-Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan .....	85
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	86
Lampiran 6: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	87
Lampiran 7: Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	88
Lampiran 8: Data Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek .....	89
Lampiran 9: Data Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Layanan .....	92
Lampiran 10: Data Hasil Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan.....	97
Lampiran 11: Hasil Analisis Deskriptif.....	100
Lampiran 12: Hasil Uji Asumsi Klasik .....	109
Lampiran 13: Hasil Analisis Regresi Berganda .....	111



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.