

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

APPLE IPHONE 6

Oleh :

Nama : Don Vitto Alexandro

NIM : 27100319

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Oktober 2016

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

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



PENGESAHAN

PENCARIH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP ROYALITAS KONSUMEN APPLE IPHONE 6

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

Diajukan Oleh :

Nama : Don Vitto Alexandro

NIM : 27100319

Jakarta, 05 Oktober 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Rita Eka Setianingsih, SE.,M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2016



ABSTRAK



Don Vitto Alexandro / 27100319 /2016 / PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN / Rita Eka Setianingsih SE.MM

Dewasa ini *Smartphone* sudah menjadi gaya hidup masyarakat *modern*. Dari usia remaja, Dewasa, hingga para orang tua, mereka sudah memiliki *smartphone* untuk mengakses berbagai kebutuhan. Kebutuhan untuk mendapatkan informasi semakin meningkat, sehingga *smartphone* adalah sesuatu yang secara tidak langsung sangat dibutuhkan untuk mempermudah masyarakat mendapatkan informasi dimana pun , kapan pun mereka inginkan. Penggunaan *smartphone* canggih pun sudah banyak ditemukan di pasaran. Dengan banyak model, pilihan, harga, merek serta fitur yang disediakan oleh para produsen *smartphone* guna memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat. Apple adalah salah satu produsen *gadget* yang juga memproduksi *smartphone* terbesar di dunia. Persaingan yang ketat antar produsen *smartphone* membuat Apple dalam hal ini Iphone 6 mementingkan Kualitas produk dan Citra merek. Untuk itu penulis melakukan studi tentang pengaruh citra merek, dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Iphone 6.

Dalam penelitian ini digunakan teori citra merek, Kualitas produk, dan Loyalitas konsumen. Diduga bahwa Citra merek, dan kualitas produk mempengaruhi loyalitas konsumen Appe pada Smartphonenya yaitu Iphone 6.

Studi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan studi deskriptif. Studi deskriptif memiliki tujuan untuk mencari tahu tentang apa, siapa, dimana, kapan atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap produk Apple yaitu Iphone 6. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan teknik komunikasi, dengan *instrument* berupa kuisioner, dengan pertanyaan tertutup. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik *non probability sampling* atau penarikan sampel tidak acak. Teknik ini mempertimbangkan pengetahuan, pengalaman, dan persepsi seseorang yang akan dijadikan sampel.

Penelitian ini menemukan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *smartphone* apple Iphone 6.

Apple disarankan agar menjaga dan meningkatkan citra merek apple pada Iphone dengan menambahkan aspek-aspek yang berkaitan dengan kualitas produk Iphone yang bermutu tinggi.

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.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan hikmat-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Iphone 6” tepat pada waktunya.

Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program Strata 1, jurusan Manajemen Pemasaran Kwik Kian Gie School of Business.

Selama penulisan dan penyusunan skripsi penulis mendapat banyak bantuan dan dorongan dari banyak pihak, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Ibu Rita Eka Setianingsih SE,MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan, saran dan nasehat yang bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Segenap dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah memberikan pengajaran dan perkuliahan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama mengikuti perkuliahan di Kwik Kian Gie School of Business.
3. Kepada orang tua yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta dukungan baik moral maupun materil yang sangat membantu penulis.
4. Serta kepada seluruh teman – teman yang selalu membantu memberikan motivasi, serta informasi dan nasehat yang berguna bagi penulis : Chyntia Gunawan, Jason Malcom, Efnaldy setiawan, Andrew yaputra, Samuel Ery, Paulus Edward, Kevin Irawan, Ryan Sostradinata, William, Michael Conrad,Irfan tanuwijaya, Albert dalimarta, Valentino Deo marco dan teman – teman lainnya.





5. Semua pihak yang telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu disini, penulis mengucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini pun tidak luput dari kesalahan, sehingga kritik saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Penulis,

Don Vito Alexandro

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Takara, Agustus 2016

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teoritis.....	7
1. Merek.....	7
2. Citra Merek.....	12
3. Produk.....	12
4. Kualitas.....	15
5. Kualitas Produk.....	15
6. Loyalitas Konsumen.....	18
B. Penelitian Terdahulu.....	19

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



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.

C. Kerangka Pemikiran.....	21
D. Hipotesis Penelitian.....	23
AB 3. METODE PENELITIAN.....	24
A. Obyek Penelitian.....	24
B. Desain penelitian.....	24
C. Variabel Penelitian.....	26
D. Teknik Pengumpulan data.....	32
E. Teknik Pengambilan Sample.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	33
1. Validitas.....	33
2. Reliabilitas.....	34
3. Analisis Presentase.....	35
4. Uji Asumsi Klasik.....	35
a. Uji Multikolinearitas.....	36
b. Uji Autokorelasi.....	36
c. Uji Heteroskedasitas.....	37
d. Uji Normalitas Residual.....	37
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
a. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	38
b. Koefisien Determinasi.....	39



6. Uji Hipotesis.....	40
a. Uji T Parsial.....	40
b. Uji F Simultan.....	40
BAB 4. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
B. Profil Responden.....	44
C. Hasil Penelitian.....	46
1. Uji Validitas.....	46
2. Uji Reliabilitas.....	49
3. Analisis Deskriptif.....	52
4. Uji Asumsi Klasik.....	54
a. Uji Multikolinearitas.....	54
b. Uji Autokorelasi.....	55
c. Uji Heteroskedasitas.....	56
d. Uji Normalitas Residual.....	58
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
a. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	59
b. Koefisien determinasi (R^2).....	60
6. Hasil Uji Hipotesis.....	61
a. Uji T Parsial.....	61

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

BAB 4

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



b. Uji F Simultan.....63

D. Pembahasan.....64

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

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....68

A. Kesimpulan.....68

B.Saran.....68

DAFTAR PUSTAKA..... 69

LAMPIRAN.....72

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya 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 TABEL

Tabel 1.1 : Penjualan <i>Smartphone</i> di Quartal 3 Tahun 2014.....	2
Tabel 1.2 Penjualan <i>Smartphone</i> berdasarkan system operasi Quartal 3 tahun 2014...3	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	19
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	20
Tabel 3.1 Dimensi dan item pernyataan Citra Merek.....	27
Tabel 3.2 Dimensi dan item pernyataan Kualitas Produk.....	29
Tabel 3.3 Dimensi dan item pernyataan Loyalitas Konsumen.....	32
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Profil responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4 Uji Validitas Citra Merek.....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	49
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	50
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	51
Tabel 4.10 Skor Rata-rata Variabel Citra merek.....	52
Tabel 4.11 Skor Rata-rata Variabel Kualitas Produk.....	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Tabel 4.12 Skor Rata-rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	54
(C) Hak cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.14 Hasil Durbin-Watson.....	56
Tabel 4.15 Hasil uji Heteroskedasitas.....	57
Tabel 4.16 Hasil uji Normalitas Residual.....	58
Tabel 4.17 Hasil uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4.18 Hasil uji Koefisien Determinasi.....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji T Parsial.....	62
Tabel 4.20 Hasil Uji T Simultan.....	63
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Secara Keseluruhan.....	64

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.



DAFTAR GAMBAR

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.