

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FIRST MEDIA DI JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : Calvin Haryono

NIM : 22130152

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2017

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.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN FIRST MEDIA DI JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

Nama : Calvin Haryono
NIM : 22130152

Jakarta, 29 september

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Agus Salim, S.E., MBA., M.M)

© Hak Cipta dimiliki 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.

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

SEPTEMBER 2017



ABSTRAK

Kalvin Haryono / 22130152 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Jakarta Utara/ Pembimbing: Agus Salim, SE, MBA., MM

Perkembangan teknologi yang semakin cepat dari tahun ke tahun membuat hampir seluruh orang di dunia menggunakan teknologi untuk membantu kehidupan sehari-hari. Di era digital yang berkembang sangat cepat, terdapat beberapa yang mengalami dampak yang besar seperti perkembangan Internet broadband dan perkembangan Tv cable. Perkembangan internet broadband dan tv rumahan yang bertumbuh dengan sangat cepat dapat dikatakan hampir sebagian besar rumah memasang layanan tersebut. Salah satu penyedia layanan internet broadband dan tv cable adalah First Media. First Media merupakan perusahaan yang bergerak dibidang layanan atau jasa. First Media memiliki beberapa layanan unggulan seperti layanan internet broadband dan tv cable. First Media yang terus meningkatkan layanan dan terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan membuat First Media semakin dikenal dan dipercaya oleh pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna First Media di Jakarta Utara, kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna First Media di Jakarta Utara, citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna First Media di Jakarta Utara.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi beserta indikator-indikator dari kualitas layanan, kepercayaan merek, *citra merek*, dan kepuasan pelanggan.

Obyek dari penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Jakarta Utara. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi, pengamatan dan penarikan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Oleh karena itu, kuesioner *online* disebar melalui media *Google Docs* sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan layanan First Media. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan structural (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan aplikasi WarpPLS 4.0 dan SPSS 20.0.

Output yang dihasilkan WarpPLS 4.0 menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan merek, dan citra merek memiliki pengaruh yang positive dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan First Media di Jakarta Utara.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Kalvin Haryono / 22130152/2017 / *The Influence of Service Quality, Brand Trust, and Brand Image On First Media Customer Satisfaction in North Jakarta* / Advisor: Agus Salim, SE., MBA., MM

Technological developments are increasing rapidly from year to year to make almost everyone in the world using technology to help everyday life. In the fast-growing digital age, there are some who are experiencing major impacts such as the development of broadband Internet and the development of Tv cable. The development of broadband internet and home tv that grows very quickly can be said almost most of the houses install the service. One of the providers of broadband internet and tv cable is First Media. First Media is a company engaged in services or services. First Media has several excellent services such as broadband internet service and cable tv. First Media which keeps improving the service and keeps good relationship with customers makes First Media more known and trusted by customers. This study aims to determine how much influence the quality of service to customer satisfaction in first Media users in North Jakarta, brand trust on customer satisfaction in First Media users in North Jakarta, brand image of customer satisfaction in First Media users in North Jakarta.

The theories used to support this research are definitions along with indicators of service quality, brand trust, brand image, and customer satisfaction.

The object of this research is the Effect of Service Quality, Brand Trust, and Brand Image on First Media Customer Satisfaction in North Jakarta. Data collection method in this research use communication method, observation and sampling using non probability sampling with judgment sampling technique. Therefore, an online questionnaire is distributed through Google Docs media of 100 respondents who have used First Media services. The procedure used for model testing and data processing is a model of structural equation (Structural Equation Modeling) using WarpPLS 4.0 and SPSS 20.0 applications.

The output of WarpPLS 4.0 shows that service quality, brand trust, and brand image have a positive and significant impact on First Media customer satisfaction in North Jakarta.

The conclusion of this study is the quality of service proved to have a positive and significant impact on customer satisfaction, brand trust has a positive and significant impact on customer satisfaction, and brand image have a positive and significant impact on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Brand Trust, Brand Image, Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan kasih dan berkat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen dengan konsentrasi pemasaran di Kwik Kian Gie School of Business.

Dalam penulisan tugas ini, peneliti tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini kepada:

1. Bapak Agus Salim, S.E., MBA., M.M sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna dalam masa penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Kwik Kian Gie School of Business yang telah membekali ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama ini.
3. Orang tua dan keluarga tercinta yang terus memberikan dukungan dan perhatian kepada penulis selama penulis menyusun skripsi ini.
4. Susanti, Bella, Evelin, Mendy, Roby, Adrian dan Adit yang telah membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.



Akhir kata dengan menyadari keterbatasan penulis mohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat hal-hal yang kurang sempurna. Akhir kata, semoga tugas ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Jakarta, September 2017

Kalvin Haryono

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.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Batasan Penelitian	9
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	10
BAB II	11

© 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.





KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Kualitas Layanan	11
a. Definisi Kualitas Layanan	11
b. Karakteristik jasa.....	12
c. Kategori-kategori bauran Jasa	14
d. Dimensi kualitas layanan	15
2. Citra Merek	16
a. Definisi merek.....	16
b. Syarat-syarat Memilih Merek Yang Baik	17
c. Manfaat merek	18
d. Dimensi Citra Merek.....	19
3. Brand Trust.....	20
a. Definisi Brand Trust.....	20
b. Dimensi Brand Trust.....	20
c. Pengukuran Brand Trust	21
4. Kepuasan Pelanggan	21
a. Definisi Kepuasan Pelanggan	21
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	22
c. Manfaat kepuasan pelanggan	23
d. Dimensi Kepuasan pelanggan.....	25
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Pemikiran	29

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.



1. Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	29
C 2. Hubungan citra merek dan Kepuasan Pelanggan	30
3. Hubungan Kepercayaan merek dan Kepuasan Pelanggan	30
D. Hipotesis Penelitian	32
BAB III	33
A. Objek Penelitian	33
B. Desain Penelitian	34
1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset	34
2. Metode Pengumpulan Data	34
3. Pengontrolan Variabel oleh Periset	34
4. Tujuan Studi	35
5. Dimensi Waktu	35
6. Cakupan Topik	35
7. Lingkungan Riset	35
8. Persepsi Peserta	35
C. Variabel Penelitian	36
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Teknik Pengambilan Sampel	41
F. Teknik Analisis Data	42
1. Evaluasi Model Pengukuran	42
a. Uji Validitas	42

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



b. Uji Reliabilitas	42
C 2. Analisis Deskriptif.....	43
a. Rata-rata Hitung (\bar{x})	43
b. Analisis Persentase.....	43
c. Rata-rata Tertimbang	44
d. Rentang Skala	44
3. Skala Likert	46
4. Penilaian Overall Fit	46
a. Average Path Coefficient (APC).....	47
b. Average R-Squared (ARS).....	47
c. Average Adjusted R-Squared (AARS).....	47
d. Average block VIF (AVIF).....	47
e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)	47
f. Tenenhaus GoF	48
g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)	48
h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR).....	48
i. Statistical Suppression Ratio (SSR).....	48
j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR).....	48
5. Pengujian Hipotesis.....	49
BAB IV	50
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Perusahaan	50

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.



1. Profil Perusahaan dan Sejarah Singkat	50
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	
B. Analisis Deskriptif	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	55
3. Profil Responden	55
4. Analisis Variabel	58
5. Penilaian Model Fit	64
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis	66
C. Hasil Penelitian	67
D. Pembahasan	69
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	69
2. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	70
3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	71
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78

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



DAFTAR TABEL



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

<u>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Mengenai Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan</u>	26
<u>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Mengenai Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan</u>	26
<u>Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Mengenai Relationship Marketing, Brand Image, Kepuasan, Loyalitas Pelanggan</u>	27
<u>Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu Mengenai Experiential Marketing, Brand Trust, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan</u>	28
<u>Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu Mengenai Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan</u>	29
<u>Tabel 3.1 Butir Pernyataan Kualitas Layanan</u>	37
<u>Tabel 3.2 Butir Pernyataan Kepercayaan Merek</u>	38
<u>Tabel 3.3 Butir Pernyataan Citra Merek</u>	39
<u>Tabel 3.4 Butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan</u>	40
<u>Tabel 3.5 Tabel Rentang Skala</u>	46
<u>Tabel. 4.1 Pengujian Validitas Variabel Kualitas Layanan</u>	53
<u>Tabel. 4.2 Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Merek</u>	53

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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



<u>Tabel 4.3 Pengujian Validitas Variabel Citra Merek</u>	54
<u>Tabel 4.4 Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan</u>	54
<u>Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas</u>	55
<u>Tabel 4.6 Presentase Responden Penggunaan Layanan Pelanggan First Media</u>	56
<u>Tabel 4.7 Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</u>	56
<u>Tabel 4.8 Presentase Responden Berdasarkan Usia</u>	57
<u>Tabel 4.9 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan</u>	57
<u>Tabel 4.10 Skor Rata-rata Kepuasan Pelanggan</u>	59
<u>Tabel 4.11 Skor Rata-rata Kualitas Layanan</u>	61
<u>Tabel 4.12 Skor Rata-rata Kepercayaan Merek</u>	62
<u>Tabel 4.13 Skor Rata-rata Citra Merek</u>	64
<u>Tabel 4.14 Hasil Evaluasi Model Struktural</u>	65
<u>Tabel 4.15 Pengaruh Antar Variabel</u>	67

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Logo First Media.....	51
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	66

© 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.