



PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RESTORAN PIZZA HUT KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh :

Nama : Cicilia Sindiwati

NIM : 25120045

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA
OKTOBER 2017**

© 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

PENGESAHAN

CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI RESTORAN PIZZA HUT KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh :

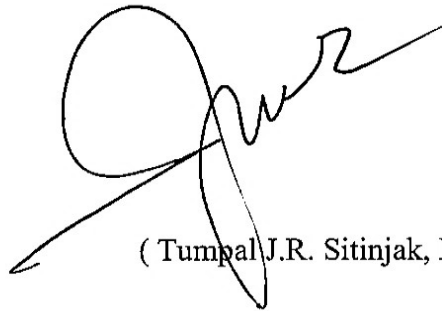
Nama : Cicilia Sindiwati

NIM : 25120045

Jakarta, 06 Oktober 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 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.



ABSTRAK

Cicilia Sindiwati / 25120045 / 2017 / Pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada Restoran PIZZA HUT Kelapa Gading Jakarta Utara / Management Pemasaran / Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

Perkembangan ilmu dan teknologi yang semakin pesat membawa dampak pada perubahan kebudayaan yang tidak dapat dihindari. Salah satu perubahan budaya yang terjadi yaitu pada makanan siap saji yang sebelumnya di Indonesia tidak ada. PIZZA HUT merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Walaupun terdapat banyak pesaing dari bidang yang sama, namun PIZZA HUT mampu bertahan dengan citra merek dan promosi penjualan yang baik. Promosi Penjualan yang baik ditunjang dengan Citra Merek perusahaan yang baik, mampu memberikan efek positif bagi perusahaan. Para penyuka pizza secara otomatis memilih Pizza Hut ketika sedang memilih restoran pizza mana yang akan dituju.

Objek penelitian ini adalah Restoran PIZZA HUT. Penelitian ini dilakukan di Restoran PIZZA HUT Kelapa Gading, Jakarta Utara dengan responden sebanyak 150 orang. Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan adalah teknik Non-Probability Sampling dengan menggunakan metode Judgement / Purposive Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan kriteria tertentu yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti.

Responden yang diambil adalah pelanggan yang sudah pernah mengunjungi Restoran PIZZA HUT Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan alat bantu yaitu Lisrel 8.80.

Hasil penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa citra merek berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, promosi penjualan berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.





ABSTRACT

Cicilia Sindiwati / 25120045 / 2017 / Effect of brand image and sales promotion on customer loyalty in PIZZA HUT Restaurant Kelapa Gading / Management Marketing / Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

The development of science and technology is rapidly increasing impact on cultural change can not be avoided. One of the cultural changes that occurred in the previous fast food in Indonesia no. PIZZA HUT is a service company engaged in the field of food and beverage. Although there are many competitors from the same field, but PIZZA HUT able to survive with the brand image and sales promotion are good. Sales promotions are well supported by good corporate brand image, capable of providing a positive effect for the company. Pizza connoisseurs are automatically choose Pizza Hut when choosing a pizza restaurant which will be addressed.

The object of this study is PIZZA HUT Restaurant. This research was conducted at PIZZA HUT Restaurant Kelapa Gading by respondents as many as 150 people. The sampling technique used is the technique of Non-Probability Sampling by using Judgement / purposive sampling, the sampling technique with consideration certain criteria which have been determined in advance by researchers. Respondents taken are customers who've never visited the restaurant PIZZA HUT Kelapa Gading. This study uses tools that lisrel 8.80.

The results of this study lead to the conclusion that the brand image indirectly positive effect on customer loyalty, sales promotion direct positive impact on customer loyalty.

Cicilia Sindiwati / 25120045 / 2017 / Effect of brand image and sales promotion on customer loyalty in PIZZA HUT Restaurant Kelapa Gading / Management Marketing / Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M.

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.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Kwik Kian Gie School of Business.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah mengorbankan waktunya untuk memberikan kontribusi kepada penulis baik berupa petunjuk, penjelasan, pengarahan, bimbingan maupun dorongan secara moril maupun materiil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan membantu selama proses penulisan penelitian ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Tumpal Sitinjak, selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan pikiran, tenaga, serta meluangkan waktunya dan membimbing penulis dari awal sampai akhir dalam memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini. Serta banyak memberikan pelajaran hidup kepada penulis.
2. Seluruh dosen pengajar yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat melaksanakan tugas akhir ini.
3. Seluruh staff dan karyawan yang telah membantu dan menyediakan literatur yang diperlukan penulis dalam penulisan skripsi.
4. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi baik dukungan moral maupun materiil, serta selalu mendoakan penulis selama penulisan skripsi ini.



5. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat bagi penulis :

Lydia Hadiwijaya, Michael Eka, Bayu Aji Buana, Stephanie Michele, dan sahabat yang selalu menemani penulis selama 8 semester berkuliah.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari pada kata sempurna, oleh karena itu penulis menngharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang nyata bagi penulis dan pembaca serta dapat menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Mei 2017

Cicilia Sindiwati

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak cipta milik IBI KIS (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 ISI

JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah Penelitian.....	5
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Rumusan Masalah.....	6
F. Tujuan Penelitian.....	6
G. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
A. Pengantar.....	8





B. Telaah Pustaka.....	8
1. Merek.....	8
2. Bauran Promosi (Promotion mix).....	17
3. Loyalitas Pelanggan.....	27
C. Penelitian Terdahulu.....	34
D. Kerangka Pemikiran.....	35
E. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Pengantar.....	38
B. Obyek Penelitian.....	38
C. Desain Penelitian.....	38
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	41
E. Teknik Pemilihan Sampel.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum.....	50
B. Analisis Deskriptif.....	55
C. Hasil Penelitian.....	62
D. Pembahasan.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan.....	67

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.



B. Saran.....67

DAFTAR PUSAKA.....69

LAMPIRAN.....71

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 GAMBAR

Gambar 2.1 : Tingkatan Brand Loyalty.....	32
Gambar 2.2 : Diagram Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1 : Diagram Jalur.....	49
Gambar 4.1 : Logo Pizza Hut.....	54
Gambar 4.2 : Koefisien Jalur Terstandarisasi.....	63
Gambar 4.3 : Uji Hipotesis Penelitian.....	64



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 TABEL

© Hak cipta dimiliki oleh Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kiangie

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

Tabel 3.1 : Operasionalisasi Variabel Citra Merek.....	41
Tabel 3.2 : Operasionalisasi Variabel Promosi Penjualan.....	42
Tabel 3.3 : Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	43
Tabel 4.1 : Deskripsi Statistik.....	55
Tabel 4.2 : Pizza Hut memiliki produk dengan rasa yang enak.....	56
Tabel 4.3 : Kualitas produk di Pizza Hut dipersepsikan baik.....	56
Tabel 4.4 : Pizza Hut memiliki produk dengan harga yang relative terjangkau.....	56
Tabel 4.5 : Mengkonsumsi pizza mencerminkan cara hidup praktis.....	57
Tabel 4.6 : Merek Pizza Hut memberikan kesan percaya diri atau sangat bergengsi.....	57
Tabel 4.7 : Merek Pizza Hut memiliki keunggulan dibandingkan pesaing.....	57
Tabel 4.8 : Iklan Pizza Hut di televisi memberikan informasi mengenai produk-produk Pizza Hut.....	58
Tabel 4.9 : Iklan Pizza Hut di televisi membuat saya mendapatkan informasi yang terkait dengan produk Pizza Hut.....	58
Tabel 4.10 : Saya membeli produk Pizza Hut karena iklan di televisi.....	59
Tabel 4.11 : Pizza Hut memberikan promo potongan harga (diskon) yang menarik.....	59
Tabel 4.12 : Promo potongan harga (diskon) membuat saya tertarik untuk makan di Pizza Hut.....	59



Tabel 4.13 : Promosi yang dilakukan oleh Pizza Hut melalui kerjasama dengan bank tertentu, mendorong saya untuk membelinya.....60

Tabel 4.14 : Apabila saya akan membeli produk pizza lagi, maka saya akan memilih membeli di Pizza Hut kembali.....60

Tabel 4.15 : Saya sering membeli produk pizza di Pizza Hut.....61

Tabel 4.16 : Saya akan tetap senantiasa membeli produk Pizza Hut walaupun ada merek lain menawarkan produk sejenis dengan harga yang lebih menarik.....61

Tabel 4.17 : Saya akan memberikan rekomendasi yang positif tentang produk Pizza Hut kepada teman dan keluarga saya.....61

Tabel 4.18 : Pengujian Realibilitas Konstruk.....62

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	71
Lampiran 1	72
Kuisisioner Penelitian.....	72
Lampiran 2	75
Hasil Data Kuisisioner.....	75
Lampiran 3	86
Hasil Pengelolaan Data SPSS.....	86
Lampiran 4	95
Hasil Pengelolaan Data Lisrel 8.80.....	95



Hak cipta dimiliki oleh 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.