

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BANTEN TEA

©

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 waair IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Oleh:

Nama: Visakha Christ

NIM: 20100424

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Jakarta

Juni 2015

PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BANTEN TEA

Diajukan Oleh

Nama : Visakha Christ

NIM : 20100424

Jakarta, 25 Juni 2015

Disetujui Oleh

Pembimbing



(Agus Salim, SE., MBA., MM)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2015

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

©

Hukum dan Bisnis
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Visakha Christ / 20100424 /2015 / Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Loyalitas Konsumen Banten tea / Pembimbing : Agus Salim, SE., MBA., MM.

Konsumsi teh di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat. Industri teh telah tumbuh dan menjadi bagian dari gaya hidup. Meningkatnya permintaan akan teh, menimbulkan lahirnya berbagai merek teh. Konsumen dihadapkan pada banyak pilihan dari produk sejenis, dengan harga dan kualitas yang serupa. Keunggulan perusahaan yang dapat membedakan dari pesaing dan sulit untuk ditiru adalah dengan memberikan citra merek dan kualitas produk yang baik kepada konsumen. Citra merek dan kualitas produk yang mengesankan akan melekat di benak konsumen atas merek, memberikan kepuasan dan berdampak pada loyalitas konsumen.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan dapat menggunakan citra merek dan kualitas produk untuk membangun kepuasan konsumen. Citra merek dan kualitas produk dapat memberikan sensasi yang mengesankan, tertanam dalam benak konsumen dan menjadi sesuatu yang tidak terlupakan dan membuat suatu persepsi tentang merek. Konsumen yang merasakan kepuasan dan memiliki citra merek cendrung bersikap loyal, memiliki toleransi terhadap harga, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada pihak lain.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, Penelitian ini dilakukan di Jakarta. Responden adalah mereka yang pernah membeli produk dari PT Harendong Green Farm yaitu Banten Tea.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen berpengaruh positif, demikian pula pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen juga berpengaruh positif. Citra merek dan Kualitas produk dapat menjelaskan tentang loyalitas konsumen sebesar 50,9% dan sisanya 49,1% dijelaskan oleh variabel lain.

Kesimpulan dari penelitian ini memperlihatkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif kepada loyalitas konsumen Banten Tea.

1. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

penulis menyatakan bahwa sumber:



ABSTRACT

Visakha Christ / 20100424 / 2015 / Brand Image and Product Quality Influence on the Customer Loyalty of Banten Tea / Adviser : Agus Salim, SE., MBA., MM.

The tea consumption in Indonesia from year to year increase. Tea Industry has grown and becoming a part of people's lifestyle. The increasing demand for tea, causing the birth of various brands of tea. Consumers are faced with many choices of similar products, with similar price and quality. The advantages of companies that can differentiate from competitors and difficult to imitate is to provide brand image and good product quality to consumers. Brand image and product quality are impressive to be embedded in the minds of consumers to the brand, providing satisfaction and impact on customer loyalty.

In order to meet the needs and desires of consumers, the company can use the brand image and product quality to build customer satisfaction. Brand image and product quality can provide impressive sensation, embedded in the minds of consumers, and become something that is not forgotten and create a perception of the brand. Consumers who have a sense of satisfaction and brand image tends to be loyal, have a tolerance for the price, and recommend products to other parties.

This research was made to test what kind of influence do the brand image and product quality to customer loyalty. This study used a non-probability sampling technique, and the research was taken on Jakarta. The respondents who participate in this research are the ones who had buy products from PT Harendong Green Farm : Banten Tea.

The results showed that Influence brand image has positive effect on customer loyalty, as well as the influence of product quality on customer loyalty is also a positive effect. Brand image and product quality can explain the loyalty of 50.9% and the remaining 49.1% is explained by other variables.

In conclusion, this research reveals that brand image and product quality have a positif react to customer loyalty Banten Tea'.

Kata Pengantar

©

Puji syukur dan terima kasih dipanjatkan oleh penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan anugerah dan kasih-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang dipenuhi oleh mahasiswa untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga menyadari skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dengan hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan guna kelancaran penyusunan skripsi ini, antara lain kepada:

1. Bapak Agus Salim, SE., MBA., MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan memberikan nasehat serta saran baik berupa teknis maupun non teknis dalam pembuatan skripsi ini.
2. Seluruh dosen pengajar Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan pengajaran dan banyak ilmu pengetahuan bagi penulis, serta seluruh staf dan karyawan yang tergabung dalam lingkungan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Terima kasih atas kerjasama dan bantuannya selama penulis berkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Kedua orang tua tercinta yang telah banyak memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga penulis, untuk adik penulis yang telah banyak memberikan bantuan selama penulis kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi.

5. Para sahabat dekat penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi dalam proses belajar penulis: Cassandra Steffen, Calvin Gunawan, Samuel Ery Kristanto, Daniel Chandra, Andrea Agustio, Dassy Effendi, Jason Malcom Usman, BMW Family dan semua teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam menjalani proses belajar dengan baik dan selama pembuatan skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis selama ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari pada kesempurnaan, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menyempurnakan skripsi ini maupu untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan atau berkepentingan.

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,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Jakarta, Juni 2015

Penulis

Visakha Christ

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| Halaman judul..... | i |
| Halaman Pengesahan | ii |
| Kata Pengantar..... | iii |
| Abstrak..... | v |
| Abstract..... | vi |
| Daftar Isi..... | vii |
| Daftar Tabel | x |
| Daftar Gambar | xi |
| Daftar Lampiran | xii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah..... | 8 |
| C. Masalah Penelitian | 8 |
| D. Batasan Penelitian | 9 |
| E. Rumusan Masalah..... | 9 |
| F. Tujuan Penelitian | 9 |
| G. Manfaat Penelitian | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN..... | 11 |
| A. Merek | 11 |
| B. Citra Merek..... | 16 |
| C. Kualitas Produk | 25 |
| D. Loyalitas Konsumen | 29 |
| E. Penelitian Terdahulu..... | 32 |

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,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
 tanpa izin IBKKG.

| | |
|--|-----------|
| F. Kerangka Pemikiran | 33 |
| G. Hipotesis Penelitian..... | 35 |
| BAB III. METODOLOGI PENELITIAN..... | 36 |
| A. Pengantar | 36 |
| B. Disain Penelitian | 36 |
| C. Objek Penelitian | 39 |
| D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian | 39 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 42 |
| F. Teknik Pengambilan Sampel..... | 43 |
| G. Teknik Analisis Data..... | 43 |
| 1. Uji Validitas..... | 43 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 45 |
| 3. Koefisien Determinasi..... | 49 |
| 4. Uji Keberartian Model (Uji F)..... | 50 |
| 5. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) | 50 |
| 6. Uji Asumsi Klasik..... | 51 |
| a. Uji Normalitas Residual | 51 |
| b. Uji Multikolinieritas..... | 52 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 52 |
| d. Uji Autokorelasi | 53 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 55 |
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 55 |
| B. Uji Validitas dan Reliabilitas | 61 |
| 1. Uji Validitas | 61 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 66 |

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBKKG.

| | |
|---|-----------|
| C. Profil Responden..... | 68 |
| D. Analisis Data | 71 |
| 1. Uji Asumsi Klasik..... | 71 |
| a. Uji Normalitas | 71 |
| b. Uji Multikolinieritas..... | 72 |
| c. Uji Heteroskedastisitas..... | 73 |
| d. Uji Autokorelasi..... | 74 |
| 2. Analisis Pengaruh Antar Variabel Penelitian..... | 75 |
| a. Koefisien Determinasi | 75 |
| b. Uji Keberartian Model (Uji F) | 76 |
| c. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)..... | 77 |
| C. Hasil Penelitian | 78 |
| D. Pembahasan..... | 79 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 81 |
| A. Kesimpulan..... | 81 |
| B. Saran..... | 81 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 83 |
| LAMPIRAN..... | 85 |

- 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 TABEL

| | |
|---|--|
| Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) | Table 1.1 : Grafik konsumsi teh berbagai negara di seluruh dunia4 |
| | Table 3.1 : Oprasionalisasi Variable Citra Merek40 |
| | Table 3.2 : Oprasionalisasi Variable Kualitas Produk41 |
| | Table 3.3 : Oprasionalisasi Variable Loyalitas Konsumen.....42 |
| | Table 4.1 : Hasil Uji Validitas Variable Citra Merek62 |
| | Table 4.2 : Hasil Uji Validitas Variable Citra Merek63 |
| | Table 4.3 : Hasil Uji Validitas Variable Kualitas Produk.....64 |
| | Table 4.4 : Hasil Uji Validitas Variable Kualitas Produk.....64 |
| | Table 4.5 : Hasil Uji Validitas Variable Loyalitas Konsumen65 |
| | Table 4.6 : Hasil Uji Validitas Variable Loyalitas Konsumen66 |
| | Table 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Variable Citra Merek67 |
| | Table 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas Variable Kualitas Produk.....67 |
| | Table 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Variable Loyalitas Konsumen.....67 |
| | Table 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas.....67 |
| | Table 4.11 : Profil Responden Berdasarkan Usia68 |
| | Table 4.12 : Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....69 |
| | Table 4.13 : Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....70 |
| | Table 4.14 : Hasil Output Uji Normalitas71 |
| | Table 4.15 : Hasil Output Uji Multikolinieritas.....72 |
| | Table 4.16 : Hasil Output Uji Heteroskedastisitas.....73 |
| | Table 4.17 : Hasil Output Uji Autokorelasi74 |
| | Table 4.18 : Hasil Output Uji Koefisien Determinasi.....75 |
| | Table 4.19 : Hasil Output Uji Keberartian Model76 |
| | Table 4.20 : Hasil Output Uji t.....77 |

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 : Kerangka Pemikiran..... | 33 |
| Gambar 3.1 : Rentang skala | 48 |
| Gambar 3.2 : Autokorelasi | 53 |
| Gambar 4.1 : Logo Perusahaan | 57 |
| Gambar 4.2 : Sertifikat-sertifikat Perusahaan | 57 |
| Gambar 4.3 : Gambar Produk Teh Hijau | 58 |
| Gambar 4.4 : Gambar Kemasan dan Teh Hijau Sudah Diseduh..... | 59 |
| Gambar 4.5 : Gambar Produk Teh Merah | 59 |
| Gambar 4.6 : Gambar Kemasan dan Teh Merah Sudah Diseduh | 60 |
| Gambar 4.7 : Gambar Produk Teh Oolong | 60 |
| Gambar 4.8 : Gambar Kemasan dan Teh Oolong Sudah Diseduh | 61 |