

**PENGARUH BRAND PRESTIGE TERHADAP BEHAVIORAL  
LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION  
DI RESTORAN BANDAR DJAKARTA ANCOL**

Oleh :

**Nama : Niky Norisson**

**NIM : 27120359**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**SEPTEMBER 2016**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**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.

## PENGESAHAN

# PENGARUH BRAND PRESTIGE TERHADAP BEHAVIORAL LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DI RESTORAN BANDAR DJAKARTA ANCOL

Diajukan Oleh

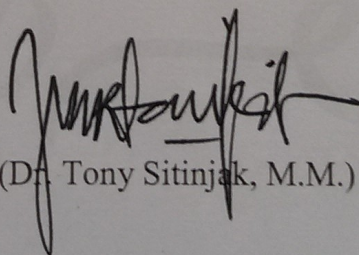
Nama : Niky Norisson

NIM : 27120359

Jakarta, 29 September 2016

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Dr. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

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



## ABSTRAK

Niky Norisson / 27120359 / 2012 / Pengaruh Brand Prestige terhadap Behavioral Loyalty melalui Customer Satisfaction di Restoran Bandar Djakarta Ancol / Pembimbing : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

Menjamurnya restoran dengan berbagai jenis makanan khususnya makanan seafood membuat restoran-restoran bersaing untuk memenangkan hati konsumen, salah satunya restoran Bandar Djakarta Ancol yang membangun merek nya untuk memiliki prestige tersendiri bagi konsumen dan bertujuan untuk menciptakan loyalitas dengan melalui kepuasan pelanggan

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari *brand prestige*, *customer satisfaction*, dan *behavioral loyalty* beserta dengan indicator-indikatornya. Kemudian didukung teori mengenai hubungan antara *brand prestige* dengan *customer satisfaction*, *brand prestige* dengan *behavioral loyalty*, serta *customer satisfaction* dengan *behavioral loyalty*.

Obyek penelitian ini adalah *Bandar Djakarta Ancol*. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan menggunakan kuisioner untuk pengumpulan data. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan LISREL 8.80.

Output yang dihasilkan LISREL 8.80 menunjukkan *brand prestige* terhadap *customer satisfaction* signifikan dengan koefisien positif, *brand prestige* terhadap *behavioral loyalty* tidak signifikan dengan koefisien positif, *customer satisfaction* terhadap *behavioral loyalty* signifikan dengan koefisien positif, kemudian *brand prestige* terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction* tidak signifikan dengan koefisien positif.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *brand prestige* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *brand prestige* berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral loyalty*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *behavioral loyalty*, dan *brand prestige* berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral loyalty* melalui *customer satisfaction*.

## ABSTRACT

Niky Norisson / 27120359 / 2012 / Brand Prestige Influence on Behavioral Loyalty Through Customer Satisfaction In Restaurants Bandar Djakarta Ancol / Advisor : Dr. Tony Sitinjak, M.M.

*The increasing number of restaurant with various types of foods, especially seafood made restaurants compete to win the hearts customers, one of the city restaurants Bandar Djakarta Ancol building her brand to have its own prestige for consumers and aims to create loyalty through customer satisfaction.*

*The theory is used to support this research is the definition of brand prestige, customer satisfaction and behavioral loyalty along with the indicators. An then this research also supported by the theory of the relationship between the brand prestige with customer satisfaction, brand prestige with behavioral loyalty, and customer satisfaction with behavioral loyalty.*

*The object of this study is Bandar Djakarta Ancol. This research method is using a causal method using a questionnaire for collecting data. The procedure used to test the model and data processing is a SEM (Structural Equation Modeling) using LISREL 8.80.*

*The resulting LISREL 8.80 output represented the brand prestige against customer satisfaction was significant with a positive coefficient, brand prestige against behavioral loyalty was not significant with a positive coefficient, customer satisfaction against behavioral loyalty was significant with a positive coefficient, and brand prestige against behavioral loyalty through customer satisfaction was not significant with a positive coefficient.*

*The conclusion of this study is the brand prestige had a positive affect and significant on customer satisfaction, brand prestige had a positive affect and insignificant on behavioral loyalty, customer satisfaction had a positive affect and significant on behavioral loyalty, and brand prestige had a positive affect and insignificant on behavioral loyalty through customer satisfaction.*





## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang diberikan-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi kepada peneliti.

Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses penelitian, penulisan dan penyusunan skripsi ini. Secara khusus peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Tidak lupa peneliti juga berterima kasih kepada ;

1. Bapak Dr. Tony Sitinjak, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti selama proses penelitian skripsi ini.
2. Kedua orang tua peneliti yang telah banyak mendukung peneliti baik dalam banyak hal selama masa kuliah.
3. Keluarga besar Dharma-Artha KMB KKG yang telah banyak memberikan semangat dan pengalaman selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.
4. Keluarga besar UKM LITBANG yang telah banyak memberikan semangat dan pengalaman selama masa perkuliahan hingga skripsi ini selesai.



5. Keluarga besar ABC (Anggur Basketball Club) serta ASC (Anggur Streetball Club) yang telah banyak memberikan semangat dan dukungan selama proses penelitian skripsi ini.

6. Pihak Manajemen Restoran Bandar Djakarta Ancol yang telah bersedia mendukung peneliti hingga skripsi ini selesai.

7. Bapak Akhmad Budi selaku dosen pertama dalam hidup peneliti yang selalu mendukung dan memberikan banyak pengalaman selama masa perkuliahan.

8. Andre, Adit, Galih, Glenn, Nida dan Silvia yang selalu mendukung peneliti hingga skripsi ini selesai.

9. Serta kepada banyak pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan semua yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih adanya kekurangan dalam skripsi ini, maka dari itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, Agustus 2016

(Niky Norisson)



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah .....	7
D. Batasan Penelitian .....	7
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b>	
A. Pengantar .....	9
B. Landasan Teori .....	9
1. Brand Prestige .....	9
2. Customer Satisfaction .....	11
3. Behavioral Loyalty.....	13
C. Penelitian Terdahulu.....	21
D. Kerangka Pemikiran .....	24
E. Hipotesis Penelitian .....	26



### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

<b>C</b> A. Pengantar .....	27
B. Objek Penelitian .....	27
C. Desain Penelitian .....	27
D. Variabel Penelitian .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	32
F. Teknik Pengambilan Sampel .....	33
G. Teknik Analisis Data .....	33
1. Evaluasi Model Pengukuran .....	33
2. Analisis Deskriptif .....	34
3. Skala Likert .....	37
4. Penilaian <i>Overall Fit</i> .....	38
5. Penilaian Model Structural .....	40
6. Path Diagram .....	41

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

<b>A</b> . Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
1. Background Perusahaan .....	45
2. Visi dan Misi .....	46
3. Konsep Restoran .....	46
4. Penghargaan .....	47
<b>B</b> . Analisis dan Pembahasan .....	47
1. Uji Validitas .....	47
2. Uji Reliabilitas .....	49
3. Profil Responden .....	51
a. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
b. Presentase Responden Berdasarkan Usia .....	51
c. Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**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.





d. Presentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	52
4. Analisis Variabel-variabel .....	53
a. Brand Prestige.....	53
b. Customer Satisfaction.....	55
c. Behavioral Loyalty .....	57
5. Penilaian Model Fit.....	58
6. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis .....	62
C. Hasil Penelitian.....	66
D. Pembahasan .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>76</b>

**© Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data perkembangan jumlah penduduk di Indonesia .....	2
Tabel 2.1	<i>Studying the Effect of Brand Credibility and Brand Prestige on Brand Loyalty..</i>	22
Tabel 2.2	<i>Evaluating Relationship among Brand Experience, Brand Personality, Brand Prestige, Brand Relationship Quality, and Brand Loyalty: An Empirical Study Coffeehouse Brands.....</i>	22
Tabel 2.3	<i>Pengaruh Prestige, Persaingan dan Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Pelanggan Fountain Ice Cream Cafe Plaza Medan Fair.....</i>	23
Tabel 2.4	<i>Persepsi Terhadap Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen .....</i>	23
Tabel 3.1	Butir pertanyaan <i>Brand Prestige</i> .....	30
Tabel 3.2	Butir pertanyaan <i>Customer Satisfaction</i> .....	31
Tabel 3.3	Butir pertanyaan <i>Behavioral Loyalty</i> .....	32
Tabel 4.1	<i>Brand Prestige (t-value dan factor loading)</i> .....	48
Tabel 4.2	<i>Customer Satisfaction (t-value dan factor loading)</i> .....	48
Tabel 4.3	<i>Behavioral Loyalty (t-value dan factor loading)</i> .....	49
Tabel 4.4	Reliabilitas <i>Brand Prestige</i> .....	49
Tabel 4.5	Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	50
Tabel 4.6	Reliabilitas <i>Behavioral Loyalty</i> .....	50
Tabel 4.7	Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51



1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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 4.8 Presentase Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.9 Presentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel 4.10 Presentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	52
Tabel 4.11 Skor Rata-rata <i>Brand Prestige</i> .....	53
Tabel 4.12 Skor Rata-rata <i>Customer Satisfaction</i> .....	55
Tabel 4.13 Skor Rata-rata <i>Behavioral Loyalty</i> .....	57
Tabel 4.14 Goodness of Fit Statistics (parsial).....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Fit</i> .....	61
Tabel 4.16 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	65

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan 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 1.1 Grafik tingkat pertumbuhan industry rumah makan di Indonesia .....	3
Gambar 2.1 Piramida Loyalitas .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 3.1 Diagram Alur .....	42
Gambar 4.1 Logo Bandar Djakarta.....	45
Gambar 4.2 Nilai t-value Model Struktural.....	63
Gambar 4.3 Standarized Solution Model Struktural .....	65

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Penulisan 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

Obyek Perusahaan .....	76
------------------------	----

### Lampiran 2

Kuisisioner Penelitian .....	82
Data Profil Responden.....	88
Data Kuisisioner Responden .....	92
Frekuensi Data Responden .....	96

### Lampiran 3

<i>Structural Model (t-value)</i> .....	98
<i>Structural Model (Standardized Solution)</i> .....	99
<i>Latent Variables CS BBL BPR Relationships</i> .....	100
<i>Measurement Equations</i> .....	103
<i>Structural Equations</i> .....	105
<i>Correlation and Covariance Matrix</i> .....	106
<i>The Modification Indices Suggest</i> .....	107
<i>Standardized Solution</i> .....	108
<i>Total and Indirect Effects (Standardized Solution and t-value)</i> .....	113
<i>Standardized Total and Indirect Effects</i> .....	117
<i>Goodness of Fit Statistics</i> .....	121



Hak cipta milik IBIKKG (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.

