



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN *FASHION ZARA* DI MALL KELAPA
GADING, JAKARTA UTARA**

Oleh:

Nama : Yoel Limarta

NIM: 73190049

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar

Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Konsentrasi Kewirausahaan



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBI KKG (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 mengumumkan 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.

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *FASHION* ZARA DI MALL KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

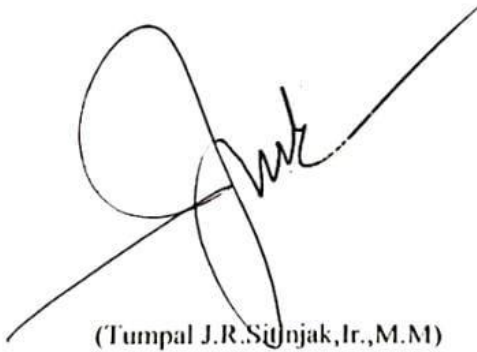
Nama : Yoel Limarta

NIM : 73190049

Jakarta, 12 September 2023

Disetujui oleh :

Pembimbing



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

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Fashion* Zara Di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara”

dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Kwik Kian Gie.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Namun, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis lainnya untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapat dan memperoleh pengalaman baru yang tidak dapat diperoleh dari perkuliahan. Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, bantuan, dukungan dan doa dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R.Sitinjak, Ir., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran didalam memberikan bimbingan, arahan, dan dorongan kepada peneliti dengan sabar di dalam melakukan proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S. Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis.
3. Seluruh dosen Institut Kwik Kian Gie School of Business yang telah mendidik, membimbing, serta memberikan bekal ilmu kepada peneliti hingga pada akhir studi kuliah.



4. Orang tua, kakak dan adik peneliti selalu mendoakan, mendukung, memotivasi, serta memberi semangat untuk peneliti selama penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Teman-teman seperjuangan dari jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, khususnya Christoper Stanly, Evander Owen, Gilbert Japind, Roberto.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para penelitian selanjutnya.

Kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para penelitian selanjutnya.

Jakarta, 12 September 2023

Peneliti,

Yoel Limarta

ABSTRAK

Yoel Limarta / 73190049 / 2023 / Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan *Fashion* Zara Di Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara/ Dosen Pembimbing: Tumpal J.R. Sitinjak, I.r., M.M.

Pada jaman modern seperti ini, perdagangan semakin bebas di era globalisasi. Hal tersebut memacu adanya banyak sekali produsen dari berbagai sector baik dari industri maupun jasa untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan produknya agar bisa bersaing dengan minat konsumen. Daya beli di masyarakat Indonesia untuk berbagai macam produk bisa dikategorikan cukup tinggi karena masyarakat Indonesia cenderung konsumtif terkait pula dengan berbagai macam produk fashion ataupun jenis produk yang terkait dengan model. Fenomena ini muncul karena adanya ketertarikan atau tingginya.

Fenomena ini ditanggapi sangat baik oleh salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dibidang fashion yang bernama ZARA. ZARA merupakan merek yang berasal dari Spanyol. ZARA didirikan pada tahun 1975 oleh Armancio Ortega dan Rosalia Mera. ZARA sendiri merupakan perusahaan mode internasional terbesar yang dimiliki oleh Inditex, salah satu grup distribusi terbesar di dunia

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas produk dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan di ZARA Mal Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini memakai teori dari para ahli serta penelitian terdahulu serta para peneliti lainnya yang berkaitan dengan kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan yang berasal dari buku dan jurnal yang dapat mendukung penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form yang terdiri atas beberapa pertanyaan terkait penelitian dalam variabel – variabel yang digunakan antara lain kualitas produk, citra merk, dan loyalitas pelanggan dengan total 111 responden. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi berganda, uji signifikan parameter individual (uji t), dan koefisien determinasi (R^2). Data diolah menggunakan program IBM SPSS Statistics 26.

Penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan,

Kata Kunci : Kualitas produk, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, ZARA



ABSTRACT

Yoel Limarta / 73190049 / 2023 / *The Influence of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty at Fashion Zara at Kelapa Gading Mall, North Jakarta/ Supervisor: Tumpal J.R. Sitinjak, I.r., M.M.*

In this modern era, trade is getting freer in the era of globalization. This has spurred the existence of a large number of producers from various sectors, both from industry and services, to further improve and develop their products so that they can compete with consumer interest. Purchasing power in Indonesian society for various kinds of products can be categorized as quite high because Indonesian people tend to be consumptive in relation to various kinds of fashion products or types of products related to models. This phenomenon arises because of interest or height.

This phenomenon has been very well received by one of the largest companies engaged in fashion called ZARA. ZARA is a brand originating from Spain. ZARA was founded in 1975 by Armancio Ortega and Rosallia Mera. ZARA itself is the largest international fashion company owned by Inditex, one of the largest distribution groups in the world

This research was conducted by researchers aiming to find out how much influence product quality and brand image have on customer loyalty at ZARA Mal Kelapa Gading, North Jakarta. This study uses theories from experts as well as previous research and other researchers related to product quality and brand image on customer loyalty derived from books and journals that can support this research.

This study uses a type of quantitative research. The researcher used the data collection method, namely by distributing questionnaires in the form of a Google Form which consisted of several research-related questions in the variables used included product quality, brand image, and customer loyalty with a total of 111 respondents. The data analysis techniques used in this study were validity test, reliability test, descriptive analysis, classical assumption test and multiple regression analysis, individual parameter significant test (t test), and coefficient of determination (R^2). Data was processed using the IBM SPSS Statistics 26 program.

This study proves that product quality and brand image affect customer loyalty,

Keywords: *Product quality, Brand Image, Customer Loyalty, ZARA*



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	vi
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Batasan Penelitian	5
1.5 Rumusan Masalah	5
1.6 Tujuan Penelitian.....	5
1.7 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Kualitas produk.....	7
2.1.2 Citra merek.....	9
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemeikiran	18
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	18
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	19
2.4 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Objek Penelitian	20
3.2 Desain Penelitian.....	20
3.3 Populasi Sampel.....	23





3.4	Lokasi Penelitian	23
3.5	Variabel Penelitian	23
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7	Pengolahan data dan Analisis data	27
3.7.1	Analisis Pra Kuesioner dan Kuisoner	27
3.7.1.1	Uji Validitas	27
3.7.1.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.7.2	Analisis Deskriptif	28
3.7.2.1	Rata-rata.....	28
3.7.2.2	Rentang Skala.....	29
3.7.2.3	Selang Kepercayaan 95% untuk rata-rata.....	30
3.7.3	Analisis Regresi linear Ganda	30
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1	Pengenalan Merek ZARA	34
4.1.2	Proses Pendistribusian Kuesioner	35
4.1.3	Profil Responden.....	36
4.2	Analisis Pra Kuisoner dan Kuisoner	37
4.2.1	Pra Kuisoner	37
4.2.2	Kuisoner	39
4.3	Hasil Penelitian	40
4.3.1	Analisis Dekriptif.....	40
4.3.1.1	Variabel Kualitas Produk.....	40
4.3.1.2	Variabel Citra Merk.....	41
4.3.1.3	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	42
4.3.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	43
4.3.2.1	Uji Normalitas	43
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas	43
4.3.2.3	Uji Multikolonieritas	44
4.3.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
4.3.3.1	Estimasi Model Persamaan Regresi.....	44
4.3.3.2	Uji Statistik F	45
4.3.3.3	Uji Statistik t	46

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.



4.3.3.4 Uji Koefisien Determinasi R ²	47
4.4 Pembahasan	47
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Indikator Variabel Kualitas Produk.....	24
Tabel 3.2 Indikator Variabel Citra Merek	25
Tabel 3.3 Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan	25
Tabel 3.4 Tabel Bobot Nilai Skala Likert	26
Tabel 3.5 Rentang Skala	29
Tabel 4.1 Presentase tingkat pengembalian kuesioner.....	36
Tabel 4.2 Profil Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4.3 Profil Usia Responden	37
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Pra Kuisoner	38
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas Kuisoner	39
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	44
Tabel 4.12 Estimasi Model Persamaan Regresi	44
Tabel 4.13 Hasil Uji kesesuaian model (F)	45
Tabel 4.14 Hasil uji hipotesis uji t	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Industri <i>Fashion</i>	1
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Logo ZARA.....	35

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 LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2: Hasil Tanggapan Responden	61
Lampiran 3: Uji Validitas Pra Kuesioner 30 Responden Kualitas Produk	72
Lampiran 4: Uji Reabilitas Pra Kuesioner 30 Responden Kualitas Produk.....	72
Lampiran 5: Uji Validitas Pra Kuesioner 30 Responden Citra Merk	73
Lampiran 6: Uji Reabilitas Pra Kuesioner 30 Responden Citra Merk.....	73
Lampiran 7: Uji Validitas Pra Kuesioner 30 Responden Loyalitas Pelanggan	73
Lampiran 8: Uji Reabilitas Pra Kuesioner 30 Responden Kualitas Pelayanan	74
Lampiran 9: Analisis Deskriptif Mean (Rata-Rata).....	74
Lampiran 10: Analisis Regresi Linear Ganda	74
Lampiran 11: Uji Normalitas.....	75
Lampiran 12: Uji Heterokedasitas	75
Lampiran 13: Uji Multikolinearitas	75
Lampiran 14: Uji F	76
Lampiran 15: Uji t.....	76
Lampiran 16: Uji Koefisien Determinasi	76
Lampiran 17: Daftar Riwayat Hidup	77



1. Dilarang menyalin, 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.