



**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP PERILAKU PASCAPEMBELIAN BIANCA
PRINTING DI KELAPA GADING**

Oleh:

Nama: **Victoria Netanya Junaedi**

NIM: **24210062**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2025

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 CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP PERILAKU PASCAPEMBELIAN BIANCA PRINTING DI KELAPA GADING

Oleh:

Nama: Victoria Netanya Junaedi

NIM: 24210062

Jakarta, 27 Maret 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2025

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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

Victoria Netanya Junaedi/24210062/2025/Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Perilaku Pascapembelian Bianca *Printing* di Kelapa Gading/Pembimbing : Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Di era perkembangan teknologi saat ini, banyak orang membuka bisnis percetakan yang berbasis teknologi dan layanan dengan tujuan untuk mempermudah konsumen memenuhi kebutuhan mereka yang terus berkembang. Salah satunya yang sudah lama berdiri adalah Bianca *Printing*. Namun, dalam persaingan ketat dengan kompetitor, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pascapembelian menjadi krusial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap perilaku pascapembelian Bianca *Printing* di Kelapa Gading.

Citra merek merupakan asosiasi-asosiasi yang terbentuk melalui pengalaman konsumen secara langsung selama mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kualitas layanan dapat dinilai secara langsung oleh pelanggan yang menggunakan jasa tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Bianca *Printing*. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden yang representatif. Sampel yang diambil oleh penulis sebanyak 150 orang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra tidak berpengaruh terhadap perilaku pascapembelian. Namun, kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pascapembelian di Bianca *Printing*.

Berdasarkan hasil penelitian, citra merek terbukti tidak berpengaruh terhadap perilaku pascapembelian pelanggan Bianca *Printing*, yang menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung mengabaikan citra merek dalam keputusan pembelian ulang atau rekomendasi. Sebaliknya, kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pascapembelian, di mana semakin baik layanan yang diberikan, semakin positif pula respons pelanggan. Namun, Bianca *Printing* masih belum konsisten dalam menjaga kualitas layanannya.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Perilaku Pascapembelian

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.

ABSTRACT

Victoria Netanya Junaedi/24210062/2025/*The Influence of Brand Image and Service Quality on Post-Purchase Behavior at Bianca Printing in Kelapa Gading/Supervisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

In the current era of technological development, many people are opening technology and service-based printing businesses with the aim of making it easier for consumers to meet their growing needs. One of them that has been around for a long time is Bianca Printing. However, in tight competition with competitors, understanding the factors that influence post-purchase behavior becomes crucial. This research aims to analyze the influence of brand image and service quality on post-purchase behavior of Bianca Printing in Kelapa Gading.

Brand image is associations formed through direct consumer experience while consuming a product or service. Service quality can be assessed directly by customers who use the service.

This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to Bianca Printing customers. The sample was selected using a purposive sampling technique with a representative number of respondents. The sample taken by the author was 150 people. The data obtained was analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS 26 software.

The research results show that image has no effect on post-purchase behavior. However, service quality has a positive and significant influence on post-purchase behavior at Bianca Printing.

Based on the research results, brand image was found to have no influence on Bianca Printing customers' post-purchase behavior, indicating that customers tend to overlook brand image when making decisions about repeat purchases or recommendations. On the other hand, service quality has a positive and significant influence on post-purchase behavior, where better service leads to more positive customer responses. However, Bianca Printing has not yet maintained consistency in its service quality..

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Post-Purchase Behavior*



KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Perilaku Pascapembelian Bianca *Printing* di Kelapa Gading”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Konsentrasi Pemasaran di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun material.

Pada penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan dukungan kepada penulis. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu untuk membantu penulis dari awal sampai akhir penyelesaian skripsi.
2. Bapak Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Tim Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, khususnya dalam program Ilmu Administrasi Bisnis, yang telah memberikan banyak pengetahuan selama masa perkuliahan.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis.





5. Marcella, Nathasia Wijaya, Joy Anastasia, Dian Effrita, Marvetta Alya, Julian, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan saran dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada Abdullah Pakdaman dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan pemahaman yang sangat berharga dan Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Akhir kata, saya berterima kasih kepada semua orang yang membantu dan mendukung penelitian ini. Kami berharap penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan untuk kemajuan penelitian dan praktik di bidang pemasaran secara luas.

Jakarta, 19 Februari 2025

Penulis

Victoria Netanya Junaedi

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

© Hak cipta milik IBI KGG (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 IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.

DAFTAR ISI



SAMPUL	1
PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	2
A. Latar Belakang Masalah	2
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	6
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Merek	9
2. Citra Merek	14
3. Jasa	15
4. Kualitas Layanan	17
5. Perilaku Pascapembelian	20
B. Penelitian Terdahulu	25
Pengaruh Brand Image dan Brand Relationship Terhadap Perilaku Pasca Pembelian Makanan Hewan Hill's Pet Nutrition: Efek Moderasi Tujuan Kepemilikan	25
C. Kerangka Pemikiran	27
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Perilaku Pascapembelian	27
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Perilaku Pascapembelian.....	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Obyek Penelitian	29
B. Disain Penelitian	29
C. Variabel Penelitian	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.	Variabel terikat (<i>Dependent Variable</i>)	30
2.	Variabel bebas (<i>Independent Variable</i>).....	32
D.	Teknik Pengambilan Sampel	34
E.	Teknik Pengumpulan Data	35
F.	Teknik Analisis Data	36
1.	Uji Validitas	36
2.	Uji Reliabilitas.....	37
G.	Analisis Statistik Deskriptif	37
1.	Rata-rata Tertimbang	38
2.	Analisis Persentase.....	38
3.	Rentang Nilai.....	39
H.	Analisis Regresi Linear Berganda	40
I.	Uji Asumsi Klasik	41
1.	Uji Normalitas	41
2.	Uji Multikolinearitas.....	41
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	42
J.	PENGUJIAN HIPOTESIS	42
1.	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	42
2.	Uji F.....	43
3.	Uji t.....	44
BAB IV		45
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		45
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
B.	Teknik Analisis Data	46
1.	Uji Validitas	46
2.	Uji Reliabilitas	49
C.	Analisis Deskriptif	51
1.	Profil Responden.....	51
2.	Variabel Citra Merek.....	54
3.	Variabel Kualitas Layanan.....	55
4.	Variabel Perilaku Pascapembelian	57
D.	Uji Asumsi Klasik	58
1.	Uji Normalitas.....	58
2.	Uji Multikolinearitas	59
3.	Uji Heteroskedastisitas	59
4.	Uji Keberartian Model (Uji F)	60
5.	Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	61
6.	Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	62
E.	Pembahasan	62
1.	Pengaruh Citra Merek terhadap Perilaku Pascapembelian	62
2.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Perilaku Pascapembelian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		65
A.	SIMPULAN	65
B.	SARAN	65
DAFTAR PUSTAKA		67

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



© Hak cipta milik 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.

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 2.1</i>	25
<i>Penelitian Terdahulu 1</i>	25
<i>Tabel 2.2</i>	25
<i>Penelitian Terdahulu 2</i>	25
<i>Tabel 2.3</i>	26
<i>Penelitian Terdahulu 3</i>	26
<i>Tabel 3.1</i>	30
<i>Operasionalisasi Variabel Perilaku Pascapembelian</i>	30
<i>Tabel 3.2</i>	32
<i>Operasionalisasi Variable Citra Merek</i>	32
<i>Tabel 3.3</i>	33
<i>Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan</i>	33
<i>Tabel 4.1</i>	46
<i>Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)</i>	46
<i>Tabel 4.2</i>	47
<i>Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X2)</i>	47
<i>Tabel 4.3</i>	48
<i>Uji Validitas Variabel Perilaku Pascapembelian (Y)</i>	48
<i>Tabel 4.4</i>	50
<i>Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek</i>	50
<i>Tabel 4.5</i>	50
<i>Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek</i>	50
<i>Tabel 4.6</i>	50
<i>Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek</i>	50
<i>Tabel 4.7</i>	51
<i>Profil Responden Menurut Jenis Kelamin Responden</i>	51
<i>Tabel 4.8</i>	52
<i>Profil Responden Menurut Usia Responden</i>	52
<i>Tabel 4.9</i>	52
<i>Profil Responden Menurut Pekerjaan</i>	52
<i>Tabel 4.10</i>	53
<i>Profil Responden Menurut Frekuensi Pembelian Jasa</i>	53
<i>Tabel 4.11</i>	53
<i>Profil Responden Berdasarkan Pembelian</i>	53



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



Tabel 4.12	54
Skor Rata-rata Variabel Citra Merek	54
Tabel 4.13	55
Skor Rata- rata Variabel Kualitas Layanan	55
Tabel 4.14	57
Skor Rata- rata Variabel Perilaku Pascapembelian.....	57
Tabel 4.16	58
Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.17	59
Hasil Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.18	60
Hasil Heteroskedastisitas	60
Tabel 4.19	61
Hasil Uji t	61
Tabel 4.20	61
Hasil Uji F	61
Tabel 4.21	62
Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

1. Diarahkan 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

<i>Gambar 1.1 Ulasan Google Bianca Printing</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 2.1</i>	<i>27</i>
<i>Diagram Kerangka Pemikiran.....</i>	<i>27</i>

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (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.





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 PRA KUESIONER.....	69
LAMPIRAN 2 JAWABAN RESPONDEN PRA KUESIONER CITRA MEREK	72
LAMPIRAN 3 JAWABAN RESPONDEN PRA KUESIONER KUALITAS LAYANAN	73
LAMPIRAN 4 JAWABAN RESPONDEN PRA KUESIONER PERILAKU PASCAPEMBELIAN	74
LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS CITRA MEREK.....	75
LAMPIRAN 6 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS KUALITAS LAYANAN	76
LAMPIRAN 7 HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS PERILAKU PASCAPEMBELIAN .	80
LAMPIRAN 8 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS CITRA MEREK	82
LAMPIRAN 9 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS KUALITAS LAYANAN	82
LAMPIRAN 10 HASIL OUTPUT UJI RELIABILITAS PERILAKU PASCAPEMBELIAN	82
LAMPIRAN 11 JAWABAN RESPONDEN KUESIONER CITRA MEREK.....	82
LAMPIRAN 12 JAWABAN RESPONDEN KUESIONER KUALITAS LAYANAN	86
LAMPIRAN 13 JAWABAN RESPONDEN KUESIONER PERILAKU PASCA PEMBEL	89
LAMPIRAN 14 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata- Rata Variabel Citra Merek.....	92
LAMPIRAN 15 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata- Rata Variabel Kualitas Layanan.	94
LAMPIRAN 16 Hasil Output Analisis Deskriptif Rata- Rata Variabel Perilaku Pascapembelian.....	98
LAMPIRAN 17 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	101
LAMPIRAN 18 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas	102
LAMPIRAN 19 Hasil Output Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas	102
LAMPIRAN 20 Hasil Output Uji Analisis Berganda Uji F	103
LAMPIRAN 21 Hasil Output Uji Analisis Berganda Uji T	103
LAMPIRAN 22 Hasil Output Uji Analisis Berganda Koefisiensi Determinasi R2	103

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.

Institusi Pendidikan Informatika Kwik Kian Gie