

**PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. INFORMA BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

OLEH :

YADI MULYADI

NPM : S1-0215.015



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA
BOGOR
2018**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

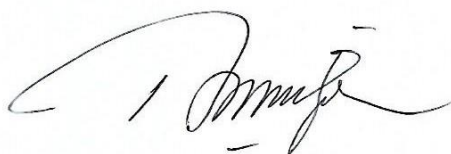
PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. INFORMA BOGOR

OLEH : YADI MULYADI

NPM : S1-0215.015

PEMBIMBING I



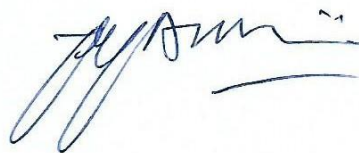
(SYARIEF GERALD P, SE., MM., M.Si., M.Ak.)

PEMBIMBING II



(INDAH KUSUMA HAYATI, SP., M.Si.)

PENGUJI I



(Dr. YULIANWAR, S.E., M.Ak.)

PENGUJI II



(DEDY MULYADI, S.Si., M.Kom.)

BOGOR, DESEMBER 2018

KETUA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR

(Dr. YULIANWAR, S.E., M.Ak.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh pelayanan purna jual dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada PT. Informa Bogor. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode asosiatif yang bersifat kausal yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data. Responden adalah konsumen yang membeli produk Informa lebih dari lima kali pembelian furnitur. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan memperhatikan uji asumsi klasik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan purna jual dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa pelayanan purna jual dan citra merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan hasil nilai R^2 sebesar 36,5, sedangkan sisanya 63,5 adalah dipengaruhi oleh variable lain terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Pelayanan Purna Jual, Citra Merek dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of after-sales service and brand image on consumer loyalty at PT. Informa Bogor. The method in this study uses an associative method that is causal, namely a study that aims to determine the relationship between two or more variables. While the causal relationship is cause and effect relationship. The sample set was 100 respondents using accidental sampling technique. Accidental Sampling is a technique for determining samples based on coincidence, that is, anyone who accidentally meets with a researcher can be used as a sample, if viewed by the person who happened to be found according to the data source. Respondents were consumers who bought Informa products more than five times the purchase of furniture. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with regard to the classical assumption test.

The results showed that after-sales service and brand image had a partial and simultaneous influence on consumer loyalty. The test results of the coefficient of determination indicate that after-sales service and brand image are affected by consumer loyalty with the R^2 value of 36.5, while the remaining 63.5 is influenced by other variables on consumer loyalty.

Keywords: After Sales Service, Brand Image and Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT bahwa pada akhirnya Skripsi dengan judul “PENGARUH PELAYANAN PURNA JUAL DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. INFORMA BOGOR” ini telah peneliti sesuaikan dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian penulisan di masa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi.

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. ALLAH SWT, karena atas ijin dan ridho-Nya skripsi ini dapat di selesaikan
2. Kedua orang tua, seluruh keluarga dan sahabat yang sudah memberikan semangatnya
3. Bapak Yuli Anwar. SE., M.Ak., selaku Ketua STIE Binaniaga Bogor
4. Bapak Syarief Gerald P, SE., MM., M.Si., M.Ak selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran dan pengarahan kepada penulis
5. Ibu Indah Kusuma Hayati, SP., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingannya
6. Para dosen STIE Binaniaga yang jasanya cukup besar dalam membimbing peneliti selama studi di STIE Binaniaga

7. Rekan-rekan mahasiswa STIE Binaniaga yang telah membantu dan mendorong kami dalam menyelesaikan Skripsi
8. Installer Informa Bogor yang sudah memberikan semangat dan dukungannya
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan pahala atas kebaikannya

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kami maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II STUDI PUSTAKA.....	11
A. Pelayanan Purna Jual	11
B. Citra Merek	16
C. Loyalitas Konsumen	21
D. Penelitian Terdahulu	29
E. Kerangka Pemikiran	33
F. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Metode Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Operasional Variabel	42
F. Jenis dan Sumber Data.....	44
G. Metode Analisis Data	46

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Sejarah PT. Home Center Indonesia (Informa)	56
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	58
C. Profil Responden	63
D. Indikasi Awal.....	67
E. Uji Asumsi Klasik.....	90
F. Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda.....	94
G. Analisis Regresi Linier Berganda	95
H. Uji Hipotesis	96
I. Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN	109

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Belanja Konsumen Furnitur Indonesia (USD Ribu)	2
Gambar 2 Data Pemasangan Furnitur Informa Oktober - September (2017 - 2018), dalam persen.....	4
Gambar 3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4 Grafik Scatterplot	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2 Operasional Variabel	42
Tabel 3 Pernyataan dan Nilai Pilihan Jawaban	45
Tabel 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	54
Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Purna Jual (X_1).....	59
Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan Purna Jual (X_1).....	60
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2).....	60
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_2).....	61
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	62
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	63
Tabel 11 Jenis Kelamin.....	64
Tabel 12 Hasil Uji One Way	64
Tabel 13 Usia	65
Tabel 14 Hasil Uji One Way	66
Tabel 15 Responden Berdasarkan Konsumen Membeli Furnitur Informa	66
Tabel 16 Penafsiran Antar Kriteria	68
Tabel 17 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-1	68
Tabel 18 Hasil Mean	69
Tabel 19 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-2	69
Tabel 20 Hasil Mean	70
Tabel 21 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-3	71
Tabel 22 Hasil Mean	71
Tabel 23 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-4	72
Tabel 24 Hasil Mean	72
Tabel 25 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-5	73
Tabel 26 Hasil Mean	74
Tabel 27 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-6	74
Tabel 28 Hasil Mean	75
Tabel 29 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-7	76
Tabel 30 Hasil Mean	76
Tabel 31 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-8	77
Tabel 32 Hasil Mean	77
Tabel 33 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-9	78
Tabel 34 Hasil Mean	79
Tabel 35 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-10	79
Tabel 36 Hasil Mean	80
Tabel 37 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-11	80
Tabel 38 Hasil Mean	81

Tabel 39 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-12	82
Tabel 40 Hasil Mean	82
Tabel 41 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-13	83
Tabel 42 Hasil Mean	83
Tabel 43 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-14	84
Tabel 44 Hasil Mean	84
Tabel 45 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-15	85
Tabel 46 Hasil Mean	86
Tabel 47 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-16	86
Tabel 48 Hasil Mean	87
Tabel 49 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-17	88
Tabel 50 Hasil Mean	88
Tabel 51 Distribusi Frekuensi Pernyataan ke-18	89
Tabel 52 Hasil Mean	89
Tabel 53 Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 54 Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 55 Hasil Uji Analisis Korelasi Berganda	94
Tabel 56 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	95
Tabel 57 Hasil Uji t	97
Tabel 58 Hasil Uji F	98
Tabel 59 Hasil Koefisien Determinasi	99