

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Survei pada Pembeli Tas Merek “Guess” di Mal Kelapa Gading)**

**HELLENA ADVISARI
8215057343**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
JURUSAN S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP.19570221 198503 2 001	Ketua		4/2-13
2. <u>Agung Kresnamurti, ST, MM</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Sekretaris		5/2-13
3. <u>Agung Wahyu Handaru, ST, MM</u> NIP. 19781127 200604 1 001	Penguji Ahli		4/2-13
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, SE, MM</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		4/2-13
5. <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 19630119 199203 2 001	Pembimbing II		4/2-13

Tanggal Lulus : 29 Januari 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya yang menyatakan bahwa:

- Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
- Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
- Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 25 Januari 2013
yang membuat pernyataan



Hellena Advisari

8215057343

ABSTRAK

Hellena Advisari, 2013; Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Survei pada Pembeli Tas Merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui deskripsi tentang citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 2) Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. 4) Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada pembeli tas merek “Guess” di Mal Kelapa Gading. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kausal. Penelitian dilakukan terhadap 148 orang pelanggan yang bertransaksi dan membeli minimal 3x dalam setahun, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 19. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kemudian kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lalu secara bersama-sama atau simultan, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa untuk menciptakan dan mempertahankan loyalitas, perusahaan tas “Guess” perlu memperhatikan faktor-faktor seperti citra merek dan kepuasan pelanggan karena faktor-faktor tersebut terbukti mempengaruhi tinggi rendahnya loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Hellena Advisari,, 2013; The Influence of Brand Image and Customer Satisfication towards Customer Loyalty to Buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. Undergraduate Thesis: Jakarta, Concentration of Marketing Management, Management Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta. Advisory team: Dr. Mohamad Rizan, SE., MM. & Dra. Basrah Saidani, M.Si..

The purposes of this research are: 1) To know the description of brand image and customer satisfication towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 2) To know the influence of brand image towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 3) To know the influence of customer satisfication towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. 4) To know the influence of brand image and customer satisfication simultaneously towards customer loyalty buyer of “Guess” bag in Mal Kelapa Gading. The analysis implemented in this research are descriptive and causal analysis. This research is taken 148 costumers of after their transaction and buying at least 3 times on year, while data was collected by using questionnaire and processed using SPSS 19. The result shows that partially brand image has a positive and significant impact toward customer loyalty. Then, partially customer satisfication also has a positive and significant impact toward customer loyalty. Simultaneously, brand image and customer satisfication have a positive and significant impact toward customer loyalty. The empirical findings indicate that to create and improve the customer loyalty, “Guess” bag Company need to consider brand image and customer satisfication because those factors shown to affect the level of job loyalty.

Keywords: Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini..
2. Ibu Dra Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini.
3. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Ibu Dra. Umi Mardiyati M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
6. Para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.

7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada ayahanda Mas'ud dan Ibunda Bastiah selaku orang tua penulis, yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Handy Purwanto selaku suami peneliti dan Hugo Rayyan Elwanto selaku buah hati tercinta dari peneliti yang telah memberikan semangat yang luar biasa untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Lalu seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006 dan angkatan 2007 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Januari 2013

Peneliti