



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus pada Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember)

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Achmad Agil
NIM 11.10.411.185**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JULI, 2016**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 30 Juli 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo. SE., M.M
NPK 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Dr. Nurul Qomariah. M.M
NPK 06 03 426

Budi Santoso. SE., M.M
NPK 07 09 107301

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si
NIP 28041 970 1997 021 001

Maheni Ika Sari, SE., M.M
NIP 19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember)".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Dr, Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- c. Dr. Nurul Qomariah. M.M, selaku dosen pembimbing I dan Budi Santoso. SE., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Seno Sumowo. SE., M.M, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.

- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terimakasih untuk segalanya, baru ini yang bias saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bias disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 30 Juli 2016

Penyusun

Achmad Agil

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiiiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	11
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.1.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	11
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	15
2.1.3.2 Tingkat Loyalitas Konsumen	16
2.1.4 <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	17
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek	17
2.1.4.2 Peran Strategis Citra Merek	18
2.1.5 Kepercayaan Pelanggan	19
2.1.5.1 Pengertian Kepercayaan	19
2.1.5.2 Faktor-faktor Kepercayaan	21

2.1.5.3 Manfaat Kepercayaan	24
2.1.6 Kualitas Pelayanan	26
2.1.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	27
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis Penelitian	32
BAB 3 METODE PENELITIAN	34
3.1 Identifikasi Variabel	34
3.1.1 Variabel Independen/Bebas	34
3.1.2 Variabel Dependen/Terikat	34
3.2 Definisi Operasional Variabel	34
3.2.1 Citra Merek (X_1)	34
3.2.2 Kepercayaan Pelanggan (X_2)	35
3.2.3 Kualitas Pelayanan (X_3)	35
3.2.4 Loyalitas Pelanggan (Y)	35
3.3 Desain Penelitian	35
3.4 Jenis Data	36
3.5.1 Data Sekunder	36
3.5.2 Data Primer	36
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	36
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Analisis Data	39
3.7.1 Uji Instrumen Data	39
3.7.1.1 Uji Validitas	39
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	39
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.7.2.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	40
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	40
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	40
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.7.4 Uji Hipotesis	41
3.7.4.1 Uji Uji F	41
3.7.4.2 Uji t	41
3.7.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43

BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2 Visi dan Misi	45
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.1.4 Deskripsi Pekerjaan	46
4.2 Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis	47
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	47
4.2.1.1 Responden Menurut Usia	47
4.2.1.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	48
4.2.1.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan ...	48
4.2.1.4 Responden Menurut Masa Berlangganan ..	49
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.2.2.1 Citra Merek	50
4.2.2.2 Kepercayaan Pelanggan	51
4.2.2.3 Kualitas Pelayanan	52
4.2.2.4 Loyalitas Pelanggan	53
4.3 Analisis Data	54
4.3.1 Pengujian Instrumen Data	54
4.3.1.1 Pengujian Validitas Data	55
4.3.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	55
4.3.2 Pengujian Asumsi Klasik	56
4.3.2.1 Pengujian Normalitas	56
4.3.2.2 Pengujian Multikolinearitas	57
4.3.2.3 Pengujian Heterokedastisitas	57
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.3.4 Pengujian Hipotesis	60
4.3.4.1 Uji F	60
4.3.4.2 Uji t	61
4.3.4.3 Koefisien Determinasi	62
4.4 Pembahasan	63
 BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	 66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
 DAFTAR PUSTAKA	 69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Survey Kepada Pelanggan Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember Mengenai <i>Word of Mouth</i>	5
Tabel 1.2: Daftar Lapangan Futsal yang ada di Jember	6
Tabel 1.3: Daftar Jumlah Pengunjung Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember Periode JULI – Oktober 2015	6
Tabel 2.1: Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1: Responden Menurut Usia	48
Tabel 4.2: Responden Menurut Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3: Responden Menurut Tingkat Pendidikan	49
Tabel 4.4: Responden Menurut Masa Berlangganan	49
Tabel 4.5: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek	50
Tabel 4.6: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan	51
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	52
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	53
Tabel 4.9: Hasil Pengujian Validitas	55
Tabel 4.10: Hasil Pengujian Reliabilitas	56
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Normalitas Kurtosis dan Skewness	56
Tabel 4.12: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.13: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.14: Hasil Uji F	61
Tabel 4.15: Hasil Uji t	61
Tabel 4.16: Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Lima Tahap Proses Pembelian	11
Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian	32
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember	46
Gambar 4.2: Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9 : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t