

ABSTRAK

Kepuasan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian berulang dan menciptakan loyalitas pada suatu merek tertentu. Loyalitas konsumen akan tercipta jika konsumen merasa puas atas produk yang dibeli. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek dan besar pengaruhnya. Dalam penelitian ini dikembangkan sebuah model penelitian dan satu hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan data penelitian diperoleh melalui survei langsung terhadap mahasiswa member CGV Blitz di Bandung. Alat pengolahan atau analisis data yang digunakan adalah *software SPSS ver. 16.0*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau menyebar kuesioner untuk dijawab oleh responden yang memiliki sampel 200 mahasiswa Universitas di Bandung. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas merek dengan nilai $p = 0,000 \leq \text{nilai } \alpha = 0,005$, dikarenakan nilai $p \leq \text{nilai } \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Merek.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Loyalitas Merek

ABSTRACT

Satisfaction is one of the factors that influence consumers to make repeat purchases and create loyalty to a particular brand. Customer loyalty will be created if consumers feel satisfied with the product purchased. This study aims to examine and determine the effect of customer satisfaction on brand loyalty and great influence. In this study developed a research model and a hypothesis that has been formulated. This study uses quantitative methods and research data obtained through direct surveys of the student member CGV Blitz in Bandung. Tool processing or analysis of data used SPSS software ver. 16.0. Data collection techniques done by giving or spreading the questionnaire to be answered by the respondents who had a sample of 200 students at the University in Bandung. The results showed the influence of customer satisfaction on brand loyalty with $p = 0,000 \leq \text{value of } \alpha = 0.005$, because $p\text{-value} \leq \text{the value } \alpha$, then H_0 is rejected and H_1 is accepted. This shows that there is a relationship between consumer satisfaction with Brand Loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Pustaka	
2.1.1 Bauran Jasa.....	17
2.1.2 Peranan Kualitas Jasa.....	20
2.1.3 Kualitas Jasa.....	21
2.1.4 Indikator Penilaian Kualitas Jasa.....	24
2.1.5 Merek.....	28
2.1.6 <i>Customer Brand Based Equity</i>	31

2.1.7 Manfaat Merek.....	36
2.1.8 Kepuasan Konsumen.....	38
2.1.9 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	39
2.1.10 Indikator Penilaian Kepuasan Konsumen.....	42
2.1.11 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	45
2.1.12 Loyalitas Merek.....	46
2.1.13 Penilaian Loyalitas Merek.....	50
2.2 Penelitian Terdahulu.....	53
2.3 Rerangka Pemikiran.....	55
2.4 Model Penelitian.....	55
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2 Populasi dan Sampel	
3.2.1 Populasi.....	60
3.2.2 Sampel.....	61
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	65
3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	67
3.5 Instrumen Penelitian	
3.5.1 Uji Validitas Instrumen.....	72
3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	73
3.5.3 Uji Normalitas.....	74
3.6 Metode Analisis Data.....	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Profil Responden.....	77
4.1.2 Respon Responden.....	81
4.1.3 Uji Validitas.....	93
4.1.4 Uji Reliabilitas.....	95
4.1.5 Uji Normalitas.....	97
4.1.6 Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	98
4.1.7 Analisis Koefisien Korelasi.....	101
4.1.8 Analisis Koefisien Determinasi.....	102
4.1.9 Pengujian Hipotesis.....	104
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	109
5.3 Implikasi Manajerial.....	110
5.4 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	117
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>Curriculum Vitae</i>).....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	<i>CBBE Pyramid</i>	34
Gambar 2.2	Rerangka Pemikiran.....	55
Gambar 2.3	Model Penelitian.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur Tahun 2013-2014.....	5
Tabel 2.1	Riset Empiris.....	53
Tabel 3.1	Skala Likert.....	66
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	68
Tabel 4.1	Gender.....	77
Tabel 4.2	Umur.....	78
Tabel 4.3	Universitas.....	79
Tabel 4.4	Fakultas.....	80
Tabel 4.5	Frekuensi Pernyataan Nomor 1.....	82
Tabel 4.6	Frekuensi Pernyataan Nomor 2.....	83
Tabel 4.7	Frekuensi Pernyataan Nomor 3.....	84
Tabel 4.8	Frekuensi Pernyataan Nomor 4.....	85
Tabel 4.9	Frekuensi Pernyataan Nomor 5.....	86
Tabel 4.10	Frekuensi Pernyataan Nomor 6.....	87
Tabel 4.11	Frekuensi Pernyataan Nomor 7.....	88
Tabel 4.12	Frekuensi Pernyataan Nomor 8.....	89
Tabel 4.13	Frekuensi Pernyataan Nomor 9.....	90
Tabel 4.14	Frekuensi Pernyataan Nomor 10.....	91
Tabel 4.15	Frekuensi Pernyataan Nomor 11.....	92
Tabel 4.16	KMO and Bartlett's Test.....	93
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Validitas.....	94
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	95

Tabel 4.19	Hasil Pengujian Normalitas.....	97
Tabel 4.20	Hasil Analisa Regresi Sederhana.....	100
Tabel 4.21	Hasil Anova.....	100
Tabel 4.22	Koefisien Korelasi.....	102
Tabel 4.23	Hasil Analisa Koefisien Korelasi.....	102
Tabel 4.24	Hasil Analisa Koefisien Determinasi.....	103
Tabel 4.25	Hasil Analisa Uji Hipotesis.....	105



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	117
Lampiran B	Hasil Pengujian.....	120

