

ABSTRACT

Today, the development of franchise business is very fast and rapid. It can be seen from the many corporate trademarks mushrooming in Indonesia. Growing franchises in Indonesia, among others: McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Domino's Pizza and many more. As a fast food restaurant, Domino's Pizza has several competitors who are always ready to snatch market share to satisfy consumer needs. So, Domino's Pizza should always develop quality, both through of service quality and the development of new products. This is done to keep the brand image and also maintain consumer repeat purchase. Therefore, the purpose of this study was to determine the effect of service quality and brand image to the consumers repeat purchase on fast food restaurants Domino's Pizza Bandung on Maranatha Christian university students. The study involved sample of 105 respondents and the data was tested using linear regression analysis with SPSS 16.0 software. The result showed that the influence of service quality and brand image to the consumer repeat purchase.

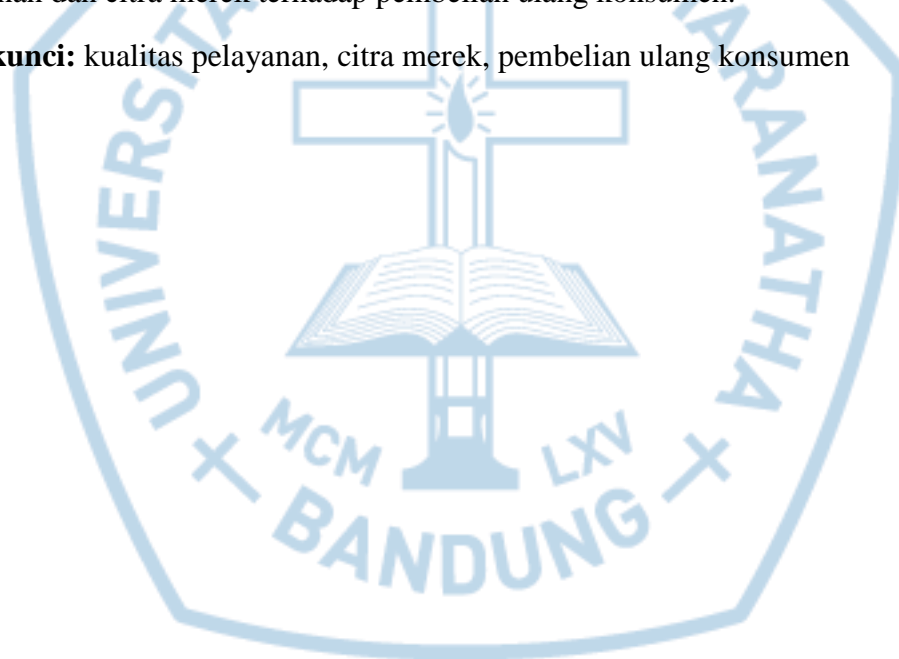
Kata kunci: *service quality, brand image, consumer repeat purchase*



ABSTRAK

Saat ini perkembangan bisnis waralaba sangat cepat dan pesat. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya merek dagang perusahaan yang menjamur di Indonesia. Waralaba yang berkembang di Indonesia saat ini antara lain: *McDonald's*, *Kentucky Fried Chicken*, *Pizza Hut*, *Domino's Pizza* dan masih banyak lagi. Sebagai restoran cepat saji *Domino's Pizza* mempunyai beberapa kompetitor yang selalu siap berebut pangsa pasar untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sehingga *Domino's Pizza* harus selalu mengembangkan mutu baik melalui kualitas pelayanan maupun pengembangan produk-produk baru. Hal ini dilakukan untuk menjaga citra merek dan juga mempertahankan pembelian ulang konsumen. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap pembelian ulang konsumen *Domino's Pizza* Bandung pada mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Penelitian ini melibatkan sample sebanyak 105 responden dan datanya diuji menggunakan analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap pembelian ulang konsumen.

Kata kunci: kualitas pelayanan, citra merek, pembelian ulang konsumen



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN
PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan	7
2.1.3 Citra Merek	11
2.1.4 Pembelian Ulang	16
2.2 Kerangka Pemikiran	19
2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Hipotesis Penelitian	26
2.5 Model Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4 Definisi Operasional Variabel	30
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Metode Analisis Instrumen	35

3.6.1 Uji Validitas	35
4.6.2 Uji Reliabilitas	36
3.7 Metode Analisis Data	37
3.7.1 Uji Normalitas	37
3.7.2 Uji Multikolinearitas	38
3.7.3 Uji Regresi Berganda	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan	40
4.2 Tanggapan Responden terhadap Citra Merek	55
4.3 Tanggapan Responden terhadap Pembelian Ulang	58
4.4 Hasil Pengujian Instrumen	61
4.4.1 Hasil Pengujian Validitas	61
4.4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	69
4.5 Hasil Pengujian Data	72
4.5.1 Hasil Pengujian Normalitas	72
4.5.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas	73
4.5.3 Hasil Pengujian Regresi Berganda	74
4.5.4 Hasil Pengujian Korelasi Berganda	76

5.6 Hasil Pengujian Hipotesis	77
-------------------------------------	----

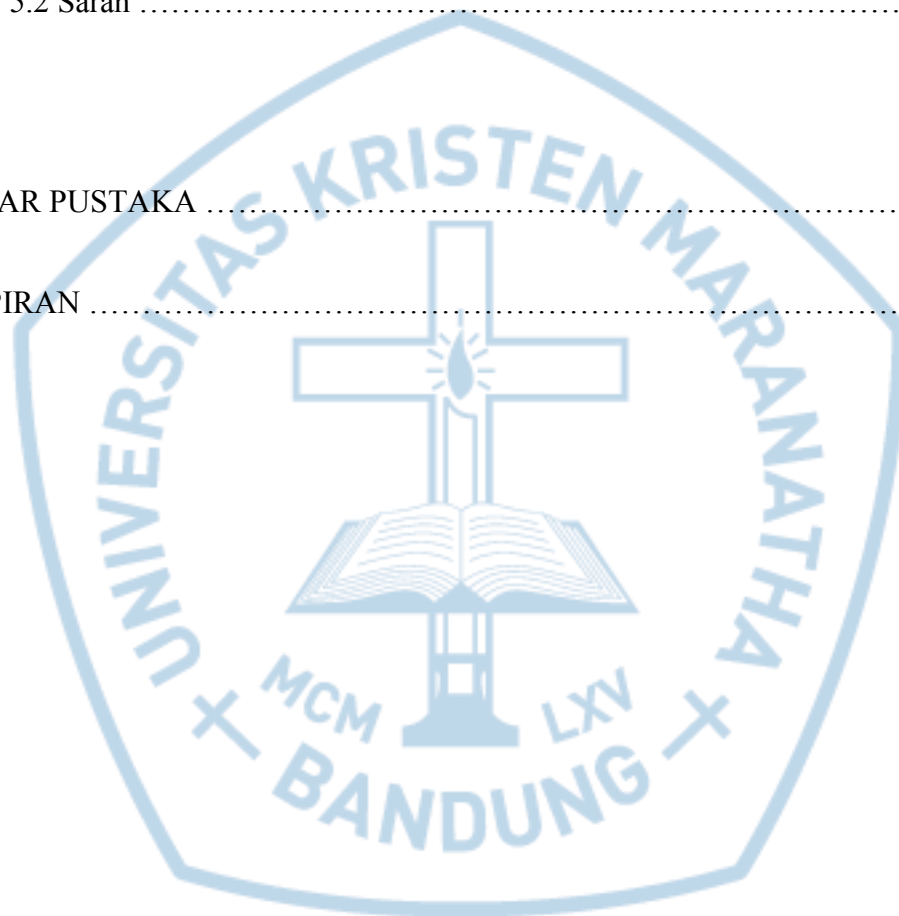
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	79
----------------------	----

5.2 Saran	80
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	82
----------------------	----

LAMPIRAN	87
----------------	----



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 2 Model Penelitian	27

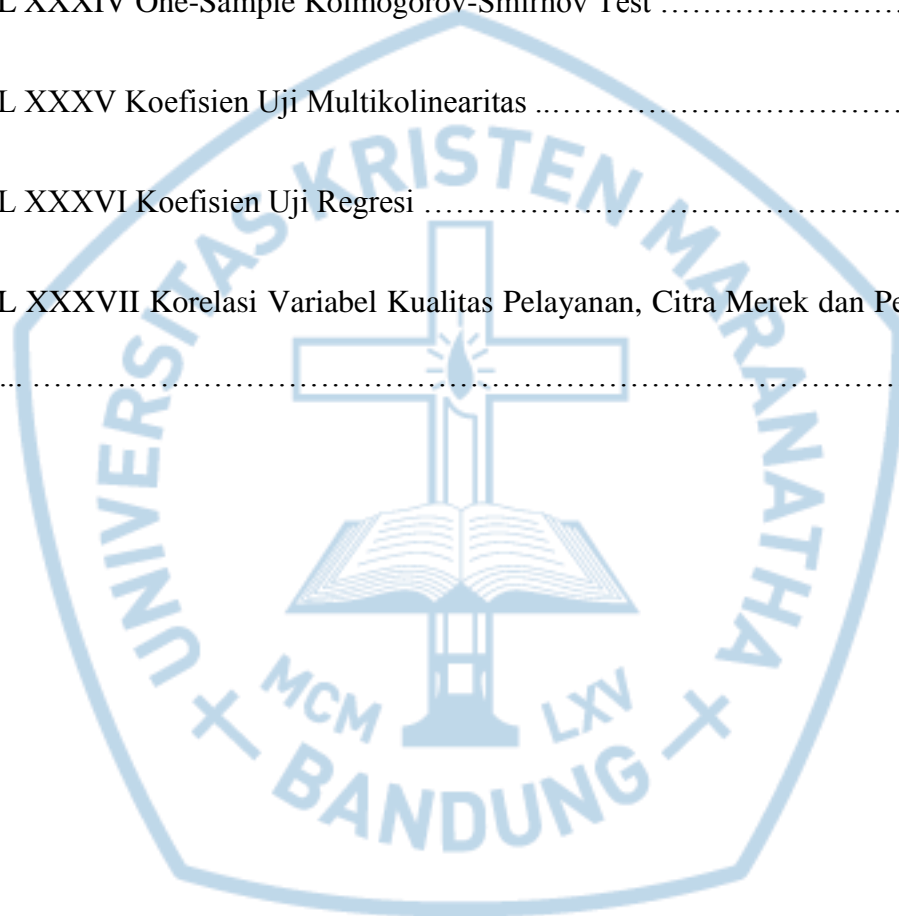


DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL I Penelitian Terdahulu	21
TABEL II Definisi Operasional Variabel	30
TABEL III Pembobotan Skala Likert	35
TABEL IV Karyawan Selalu Merespon keluhan Konsumen	40
TABEL V Domino's Pizza Selalu Konsisten Dengan Kualitas Produk, Layanan Dan Fasilitas Yang Ditawarkan	41
TABEL VI Pelayanan Domino's Pizza Sama Pada Semua Pelanggan	42
TABELVII Karyawan Siap Dan Tanggap Dalam Memberikan Pelayanan	43
TABELVIII Karyawan Selalu Meberikan Penjelasan Kepada Konsumen Mengenai Produk	44
TABEL VIV Pelayanan Domino's Pizza Cepat Dan Sesuai	45
TABEL X Menyediakan Jaminan/Ganti Rugi Jika Produk Atau Pelayanan Kurang	46
TABEL XI Memberikan Pelayanan Terbaik	47
TABEL XII Menyediakan Jaminan Kebersihan Produk Domino's Pizza	48
TABEL XIII Domino's Pizza Menyediakan Fasilitas Pendukung	49

TABEL XIV Karyawan/Service Center Domino's Pizza Mudah Dihubungi	50
TABEL XV Karyawan Bersikap Ramah Dan Sopan	51
TABEL XVI Penampilan Karyawan Bersih Dan Rapi	52
TABEL XVII Delivery Service Cepat Dan Tetap Fresh	53
TABEL XVIII Tempat, Alat Makan Dan Minum Bersih	54
TABEL XXIV Nama Merek Domino's Pizza Dapat Dibedakan Dengan Produk Pesaing	55
TABEL XX Anda Mengenal Produk Domino's Pizza Dengan Baik.....	56
TABEL XXI Harapan Anda Pada Produk Dan Layanan Domino's Pizza Terpenuhi	57
TABEL XXII Saya Berminat Untuk Membeli Produk Domino's Pizza.....	58
TABEL XXIII Saya Berminat Untuk Terus Membeli Produk Domino's Pizza	59
TABEL XXIV Produk Domino's Pizza Memiliki Rasa Yang Khas Dari Produk Lainnya	60
TABEL XXV Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan	61
TABEL XXVI Variabel Korelasi Citra Merek	67
TABEL XXVII Variabel Korelasi Pembelian Ulang	68
TABEL XXVIII Cronbach's Alpha Variabel Kualitas Pelayanan	69
TABEL XXVIV Cronbach's Alpha If Item Deleted Variabel Kualitas Pelayanan ..	69

TABEL XXX Cronbach's Alpha Variabel Citra Merek	70
TABEL XXXI Cronbach's Alpha If Item Deleted Variabel Citra Merek	70
TABEL XXXII Cronbach's Alpha Variabel Pembelian Ulang	71
TABEL XXXIII Cronbach's Alpha If Item Deleted Variabel Pembelian Ulang	71
TABEL XXXIV One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	72
TABEL XXXV Koefisien Uji Multikolinearitas	73
TABEL XXXVI Koefisien Uji Regresi	74
TABEL XXXVII Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Pembelian Ulang	76



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	KUESIONER PENELITIAN 88
LAMPIRAN B	PENGOLAHAN DATA (SPSS) 93

