

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the influences of customer value and brand image on customer satisfaction to increase customer retention. Using these variables, the usage of these variables are able to solve the arising problem Shuttle Travel Cipaganti.

The samples size of this research is 140 customers Shuttle Travel Cipaganti. Using the Statistical Process Social Science (SPSS). The results show that the customer value and brand image on customer satisfaction to increase customer retention.

The effect of customer value on customer satisfaction are 0,192; The effect brand image on customer satisfaction are 0,360; and The effect customer satisfaction on customer retention are 0,463.

Keywords: customer value, brand image, customer satisfaction, and customer retention.

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh nilai pelanggan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan retensi pelanggan pada Shuttle Travel Cipaganti.

Sampel penelitian ini adalah pembeli Tiket Shuttle Travel Cipaganti, sejumlah 140 responden. Analisis Regresi yang dijalankan dengan perangkat lunak *Statistical Process Social Science* (SPSS), digunakan untuk menganalisis data.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai pelanggan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan retensi pelanggan.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai regresi sebesar 0,192; citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai regresi sebesar 0,360; kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan dengan nilai regresi sebesar 0,463;

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Retensi Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	15
2.1 Telaah Pustaka.....	15
2.1.1 Retensi pelanggan.....	15
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.3 Nilai Pelanggan.....	18
2.1.4 Citra Merek.....	19
2.2 Pengaruh Antar variabel.....	28
2.2.1 Pengaruh nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.....	28
2.2.2 Pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.....	29
2.2.3 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan.....	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
2.4 Kerangka Teoritis.....	32
2.5 Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian.....	34
3.2 Data Primer.....	37
3.2.1 Data Sekunder.....	38
3.3 Populasi dan Sample.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sample.....	38
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	40
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.7 Teknik Pengambilan Data.....	46
3.8 Uji Pendahuluan.....	46
3.8.1 Uji Validitas.....	46
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.9.1 Uji Normalitas.....	47
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	48
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.10 Koefisien Determinasi.....	48
3.11 Path Analysis.....	49
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 50
4.1 Hasil Pengujian Validitas dan reliabilitas.....	50
4.1.1 Uji Validitas.....	50
4.1.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	51
4.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan (X1).....	52
4.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2).....	52
4.1.2.3 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	53
4.1.2.4 Uji Reliabilitas Variabel Retensi Pelanggan (Y).....	54
4.2 Analisis Jalur.....	55
4.2.1 Method of Successive Interval.....	55
4.2.2 Sub Struktur 1: Pengaruh Nilai Pelanggan(X1) dan Citra Merek(X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan(X3).....	56
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	56
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.2.2.3 Uji Multikolinieritas.....	58
4.2.2.4 Perhitungan Koefisien Jalur.....	60
4.2.2.5 Pengujian Hipotesis.....	62
4.2.2.6 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	63
4.2.3 Sub Struktur 2: Pengaruh Kepuasan Pelanggan(X3) Terhadap Retensi pelanggan(Y).....	65
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	65
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66

4.2.3.3 Uji Multikolinieritas.....	67
4.2.3.4 Perhitungan Koefisien Jalur.....	69
4.2.3.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.2.4 Dekomposisi Struktur: Pengaruh Nilai Pelanggan(X1) Dan Citra Merek(X2) Terhadap Retensi Pelanggan(Y) Melalui Kepuasan Pelanggan.....	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Kekurangan Penelitian.....	73
5.3 Saran.....	74
5.3.1 Implikasi Manajerial.....	109
5.3.2 Implikasi Praktisi.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Kerangka Teoritis.....	32
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3 Model Penelitian.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1	Data Impor BBM.....2
Tabel 2	Jumlah Data Kendaraan.....2
Tabel 3	Kebijakan Pemerintah Mengenai BBM Subsidi Antar Daerah.....5
Tabel 4	Penelitian Terdahulu.....31
Tabel 5	Devinisi Operasional Variabel.....44

DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Uji Validitas.....	50
Lampiran B	Uji Reliabilitas Variabel Nilai Pelanggan (X1).....	52
Lampiran C	Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2).....	53
Lampiran D	Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X3).....	54
Lampiran E	Uji Reliabilitas Variabel Retensi Pelanggan (Y).....	55
Lampiran F	Sub Struktur 1: Pengaruh Nilai Pelanggan(X1) dan Citra Merek(X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan(X3).....	56
Lampiran G	Uji Normalitas.....	56
Lampiran H	Uji Heteroskedastisitas.....	57
Lampiran I	Uji Multikolinieritas.....	58
Lampiran J	Perhitungan Koefisien Jalur.....	60
Lampiran K	Pengujian Hipotesis.....	62
Lampiran L	Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat.....	63
Lampiran M	Sub Struktur 2: Pengaruh Kepuasan Pelanggan(X3) Terhadap Retensi pelanggan(Y).....	65
Lampiran N	Uji Heteroskedastisitas.....	66
Lampiran O	Uji Multikolinieritas.....	67
Lampiran P	Perhitungan Koefisien Jalur.....	69
Lampiran Q	Pengujian Hipotesis.....	71
Lampiran R	Dekomposisi Struktur: Pengaruh Nilai Pelanggan(X1) Dan Citra Merek(X2) Terhadap Retensi Pelanggan(Y) Melalui Kepuasan Pelanggan.....	71