

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS PELANGGAN
KAMERA DIGITAL *MIRRORLESS* SONY**

**NUR HIDAYAT
8236169026**



**Tesis ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di industri kamera terus meningkat sesuai dengan meningkatnya kebutuhan pasar. Dahulu untuk mendapatkan hasil gambar yang diambil menggunakan kamera analog harus melalui proses-proses yang rumit dan tidak semua orang dapat melakukannya, namun saat ini dengan perkembangan teknologi serta munculnya kamera digital, mempermudah para pengguna kamera dan pecinta fotografi untuk dapat menghasilkan gambar dengan lebih mudah dan cepat. Seiring dengan kemajuan teknologi, kamera digital saat ini memiliki spesifikasi yang tinggi dan dapat dirancang ke dalam bentuk yang lebih ringkas, contohnya kamera *mirrorless*, dimana kamera ini memiliki spesifikasi seperti yang ada di kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflector*) dengan bentuk yang lebih ringkas. Berbagai merek ternama telah mengembangkan teknologi untuk diterapkan di kamera *mirrorless* sehingga memiliki berbagai fitur-fitur baru yang dapat menciptakan pelanggan yang memiliki loyalitas karena merasa mendapatkan kepuasan telah membeli produk tersebut. Kepuasan pelanggan ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti kualitas produk dan citra dari merek itu sendiri. Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna serta loyalitas pengguna pada kamera *mirrorless* SONY di area JABODETABEK. Sample yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 156 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Metode penelitian ini dilakukan secara kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *structural equation modeling* (SEM) dengan menggunakan aplikasi SPSS AMOS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari citra merek dan kualitas produk terhadap kepuasan pengguna, terdapat pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pengguna kamera, dan terdapat pengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pengguna kamera yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

Kata kunci : kamera *mirrorless*, citra merek, kualitas produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

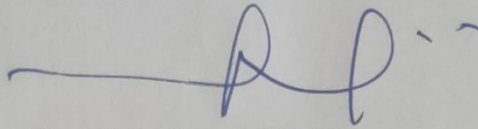
ABSTRACT

The development of technology in the camera industry continues to increase in accordance with the increasing market needs. In the past to get the results of images taken using analog cameras have to go through complicated processes and not everyone can do it, but now with the development of technology and the emergence of digital cameras, making it easier for camera users and photography lovers to be able to produce images more easily and fast. Along with advances in technology, digital cameras currently have high specifications and can be designed in a more concise form, for example mirrorless cameras, where these cameras have specifications like those in DSLR cameras (Digital Single Lens Reflector) with a more concise form. Various well-known brands have developed technology to be applied in mirrorless cameras so that they have a variety of new features that can create customers who have loyalty because they feel they have the satisfaction of buying the product. This customer satisfaction can be influenced by several things, such as product quality and image of the brand itself. Broadly speaking, the purpose of this study is to examine the effect of brand image and product quality on user satisfaction and user loyalty on the SONY mirrorless camera in the JABODETABEK area. Samples taken for this study were 156 respondents who were selected using purposive sampling. This research uses quantitative methods. The data analysis technique used in this study is structural equation modeling (SEM) using the SPSS AMOS v20 application. The results of this study indicate that there is a significant positive influence of brand image and product quality on user satisfaction, there is a positive significant effect on camera user loyalty, and there is a positive significant effect on camera user loyalty mediated by user satisfaction.

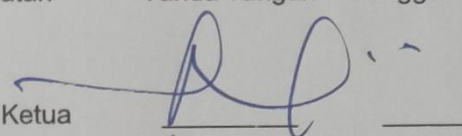
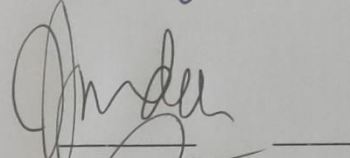
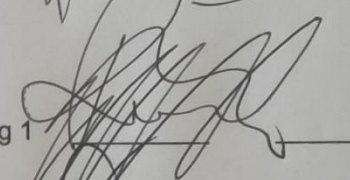
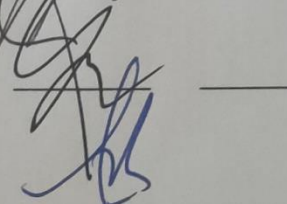
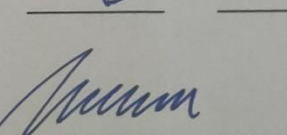
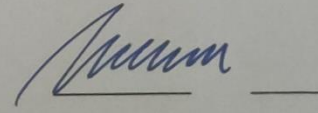
Keywords : mirrorless camera, brand image, product quality, customer satisfaction, customer loyalty

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono SE, M.Pd
NIP : 197207152001121001

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Dr. Ari Saptono SE, M.Pd NIP 197207152001121001	Ketua		_____
2.	Dr. Agung Wahyu Handaru ST, MM NIP 197811272006041001	Sekretaris		_____
3.	Dr. Mohamad Rizan SE, MM NIP 197206272006041001	Pembimbing 1		_____
4.	Dr. Sapauddin Mukhtar SE, M.Si NIP 197701152005011001	Pembimbing 2		_____
5.	Agung Dharmawan Buchdadi MM, Ph.D NIP 197509162006041001	Penguji 1		_____
6.	Dr. Budi Santoso MM NIP	Penguji 2		_____

Nama : Nur Hidayat

No.Registrasi : 8236169026

Tanggal Lulus : 20 Februari 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tesis ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk gelar akademik Magister, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain
2. Tesis ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. 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, 29 Februari 2020
Yang membuat pernyataan



Nur Hidayat
8236169026



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Hidayat
NIM : 8236169026
Fakultas/Prodi : Magister Manajemen Fakultas Ekonomi
Alamat email : nurhdyt07@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap
Kepercayaan serta Loyalitas Pelanggan Kamera Digital
Mirrorless SONY

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Februari 2020

Penulis

(Nur Hidayat)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Assalammu'alalaikum Wr.Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, nikmat, dan kasih sayang-Nya yang tidak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan Kamera Digital Mirrorless SONY”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen (MM) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penulisan tesis ini penulis mendapatkan bantuan dan bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ari Saptono SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berkenan memberikan arahan
2. Bapak Dr. Agung Wahyu Handaru ST., MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang berkenan memberikan bimbingan dan arahan
3. Bapak Dr. Mohamad Rizan SE., MM selaku Dosen Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk teknis, memberi kritik dan saran hingga tesis ini selesai
4. Bapak Dr. Saparuddin Mukhtar SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing, memberi petunjuk teknis, memberi kritik dan saran hingga tesis ini selesai

5. Bapak Agung Dharmawan Buchdadi MM, Ph.D selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia mengkritisi dan memberi saran pada tesis ini
6. Bapak Dr. Budi Santoso MM selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia mengkritisi dan memberi saran pada tesis ini
7. Bapak dan Ibu Dosen serta staff Pengelola Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta yang telah mendidik, membimbing, dan membantu selama studi
8. Rekan-rekan anggota komunitas Sony Alpha & NEX Indonesia (SANUI)
9. Bapak M. Hazim A. Umar dan Ibu Raudhatul Munawaroh, Orang tua yang selalu ada, mendoakan, dan mendukung saya setiap saat
10. Kakak-kakak tercinta, Nur Rachmawati, Nur Rokhman, Nurul Hidayati untuk dukungan, nasehat, dan doa
11. Saudara Yudi Iswahyudi, Nur Hidayat Suroso, Dimas Wilatikto, Izmir Azlan, Bambang Utoyo dan Rekan-rekan grup TY 12, terima kasih telah memperbolehkan saya ikut berdiskusi secara mendalam untuk membantu menyelesaikan tesis ini
12. Rekan-rekan MM Reguler Angkatan 11, terima kasih atas pertemanan yang baik selama studi
13. Mr. Marvin Uy selaku Regional Manager yang bersedia memberikan kemudahan dan izin untuk menyelesaikan tesis ini
14. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini, yang tidak bisa disebutkan satu-persatu namanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga penulisan tesis ini dapat memberi manfaat bagi kita semua, khususnya bagi pihak yang memerlukan

Jakarta, Februari 2020

Nur Hidayat



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1. Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Tahapan Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2. Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian Kualitas	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Pengertian Produk	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pengertian Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
2.4. Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Pengertian Merek	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 Pengertian Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Faktor Pembentuk Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.5. Hasil Penelitian yang Relevan	Error! Bookmark not defined.
2.6 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.

2.6.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error!
Bookmark not defined.	
2.6.4 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.6.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
2.6.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.6.7 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.7. Perumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Unit Analisis dan Ruang Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.3 Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
3.4.3 Kepuasan Pelanggan.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.4 Loyalitas Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Analisis	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Structural Equation Modelling (SEM).....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Uji Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>).....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Uji Struktural Model (<i>Structural Model</i>)	Error! Bookmark not defined.
3.5.4 Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	Error! Bookmark not defined.
3.5.5 Interpretasi dan modifikasi model	Error! Bookmark not defined.
3.6 Hipotesis Statistika.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Deskripsi Analisis Unit	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Gambaran Umum Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Analisis Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Mengidentifikasi Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.4 Mengevaluasi Estimasi Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.5 Menguji Kelayakan Model.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1 CFA Loyalitas Pengguna	Error! Bookmark not defined.
4.5.2 CFA Kepuasan Pengguna	Error! Bookmark not defined.
4.5.3 CFA Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
4.5.4 CFA Kualitas Produk	Error! Bookmark not defined.
4.6 Analisis Model Struktural.....	Error! Bookmark not defined.
4.7 Hipotesis dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.1 H1 : Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kamera digital.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.2 H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan kamera digital.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.3 H3 : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kamera digital.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.4 H4 : Kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kamera digital.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.5 H5 : Citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kamera digital.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.6 H6 : Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.7.7 H7 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN & SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan antara Kamera DLSR dan Mirrorless	2
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Kamera Digital di Indonesia	3
Tabel 2.1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan	29
Tabel 3.1 Nilai Skor Jawaban	39
Tabel 3.2 Indikator-Indikator Citra Merek	40
Tabel 3.3 Instrumen Kuisisioner Citra Merek	41
Tabel 3.4 Indikator-Indikator Kualitas Produk	42
Tabel 3.5 Instrumen Kuisisioner Kualitas Produk	42
Tabel 3.6 Indikator-Indikator Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 3.7 Instrumen Kuisisioner Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 3.8 Indikator-Indikator Loyalitas Pelanggan	47
Tabel 3.9 Instrumen Kuisisioner Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 3.10 Ringkasan Acuan Validitas	54
Tabel 3.11 Kriteria goodness of fit (GoF)	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	64
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	66
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	66
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Kualitas Produk	67
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Citra Merek	68
Tabel 4.11 <i>Computation of Degrees of Freedom</i>	68
Tabel 4.12 <i>Regression Weights CFA</i> Loyalitas Pengguna	71
Tabel 4.13 <i>Standardized Regression Weights CFA</i> Loyalitas Pengguna	72
Tabel 4.14 <i>Regression Weights CFA</i> Kepuasan Pengguna	76
Tabel 4.15 <i>Standardized Regression Weights CFA</i> Kepuasan Pengguna	76
Tabel 4.16 <i>Regression Weights CFA</i> Citra Merek	79
Tabel 4.17 <i>Standardized Regression Weights CFA</i> Citra Merek	80
Tabel 4.18 <i>Goodness of Fit</i> Citra Merek	80
Tabel 4.19 <i>Regression Weights CFA</i> Kualitas Produk	81
Tabel 4.20 <i>Standardized Regression Weights CFA</i> Kualitas Produk	82
Tabel 4.21 <i>Measurement Model</i> Penelitian	84
Tabel 4.22 <i>Discriminant Validity</i>	85
Tabel 4.23 Hasil <i>Goodness of Fit</i> Model Struktural Modifikasi	85
Tabel 4.24 Hasil Analisis Model Struktural	85
Tabel 4.25 Hasil Uji Mediasi (Bootstrap)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Perbedaan Kamera DSLR dan Mirrorless	2
Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Unit kamera DSLR di Market Global	3
Gambar 2.1 Lima Tingkatan Produk	17
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian	51
Gambar 4.1 CFA Loyalitas Pengguna	64
Gambar 4.2 Re-estimasi CFA Loyalitas Pengguna	68
Gambar 4.3 CFA Kepuasan Pengguna	68
Gambar 4.4 Re-estimasi CFA Kepuasan Pengguna	71
Gambar 4.5 CFA Citra Merek	72
Gambar 4.6 CFA Kualitas Produk	74
Gambar 4.7 Re-estimasi CFA Kualitas Produk	76
Gambar 4.8 Analisis Model Struktural	79
Gambar 4.9 Modifikasi Model Struktural	80



