ABSTRAK

Tiar Pradana, *Hubungan Antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan Sampoerna Tbk. pada Warga RW 17 Kelurahan Kemirimuka Depok*. Skripsi. Jakarta : Program Studi Pendidikan Ekonomi, Konsentrasi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Juli 2008.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang empiris dan fakta yang sahih, valid serta dapat dipercaya tentang apakah terdapat hubungan antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan.

Penelitian ini dilakukan pada RW 17 Kelurahan Kemirimuka Depok, selama 3 bulan terhitung dari bulan April sampai dengan Juni 2008. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik acak sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah warga RW 17 yang mengkonsumsi rokok produk Sampoerna lebih dari satu tahun dan populasi terjangkaunya yaitu seluruh warga RT 01 RW 17 yang mengkonsumsi rokok produk Sampoerna lebih dari satu tahun sebanyak 42 responden. Sampel yang diambil sebanyak 36 responden. Pengambilan sampel tersebut didasarkan pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5%. Dan dilakukan uji persyaratan analisis kemudian analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari pearson.

Untuk menjaring data dari kedua variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk Citra Perusahaan {variabel X} dan Loyalitas Pelanggan {variabel Y}. Sebelum instrumen ini digunakan dilakukan uji validitas konstruk terlebih dahulu untuk kedua variabel. Untuk variabel X, dari 34 butir pernyataan setelah divalidasi, terdapat 9 butir pernyataan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 25 butir pernyataan. Untuk variabel Y, dari 37 butir pernyataan setelah divalidasi, terdapat 7 butir pernyataan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 30 butir pernyataan. Perhitungan reliabilitas kedua variabel tersebut menggunakan rumus *Alpha Cronbach.* Hasil reliabilitas variabel X sebesar 0,859 dan hasil reliabilitas variabel Y sebesar 0,888. Hal ini membuktikan bahwa instrumen tersebut valid dan reliabel.

Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan $L_{hitung} = 0,1214$, sedangkan L_{tabel} untuk n >30 pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,1477. Karena $L_{hitung} < L_{tabel}$ maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 49,00 + 0,634$ X. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu 15,383 > 4,13 artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Uji linearitas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$, yaitu 0,680 < 2,29, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson

menghasilkan $\mathbf{r}_{xy}$= 0,558, selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan t_{hitung} = 3,921 dan t_{tabel} = 1,697 pada taraf signifikansi 0,05 dan db = 34. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Koefisien Korelasi $\mathbf{r}_{xy}$ = 0,558 adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 31,14 %,yang menunjukkan bahwa 31,14 % variasi Loyalitas Pelanggan ditentukan oleh Citra Perusahaan.

Hasil perhitungan menyimpulkan terdapat hubungan yang positif antara Citra Perusahaan dengan Loyalitas Pelanggan Sampoerna Tbk pada warga RW 17 Kelurahan Kemirimuka Depok.

ABSRACT

Tiar Pradana, *Correlation between Corporate Image and Customer's Loyalty Sampoerna Tbk.at citizen RW 17 Kelurahan Kemirimuka Depok. Thesis. Jakarta: economic education study program, concentration of commerce education, economics and administration department, economic faculty, state university of jakarta, July* 2008.

The aim of this research is to obtain empirical data & sahih, valid and reliable fact concerning wheter or not there is correlation between Corporate Image and Customer Loyalty.

This research conducted at RW 17 *Kelurahan Kemirimuka Depok. During* 3 *months counted from April up to June* 2008. *The research used survey method with approach of correlation. Technique intake of used sample that is simple random sampling, population in this research were citizen RW* 17 *consuming cigarette Sampoerna more than one year and reached population were citizen RT* 01 *RW 17 consuming cigarette Sampoerna more than one year amount* 42 *responder. As for amount sample taken pursuant to tables of determination sum up sample from population reached with real level 5 %. From the reached population amount reached the taken as sample amount* 36 *people. Data analysis by using correlation technique of product moment of Pearson. After to test clauses of analysis before hand.*

To get data from two variables, researcher using likert scale model for Corporate Image (X) and Customer Loyalty (Y). For variable X, from 34 *statements which had validated,* 25 *statements were valid and* 9 *statements were drop. For variable Y, from* 37 *statements which had validated,* 30 *statements were valid and* 7 *statements were drop. The calculation reliability of both variable were using alpha cronbach method and variable X reliability is* 0,859 *and variable Y is* 0,888, *this proof that the instrument were valid and reliable.*

Analysis of condition test, which is normality error test for regression approximates of X on Y with liliefors test, results in L_{count} = 0,1214, *and* L_{table} *for n* >30 *with level significance of* 0,05 *is* 0,1477, *because* $L_{count} < L_{table}$ *then normality error test is normal distribution. The equation for linear regression is* $\hat{Y} = 49{,}00 + 0{,}634\ X$. *Significance regression results in* $F_{count} > F_{table}$ *, is* 15,383 > 4,13. *It's mean that the regression equation is significant. And linearity regression test yield, in* $F_{count} < F_{table}$, *is* 0,680 < 2,29 *that can be interpreted that the regression equation is linear. Results of hypotesis test with pearson's product moment shows that* $\mathbf{r}_{xy}$= 0,558, *then significance of product moment correlation is tested with t test which yields* t_{count}= 3,921 *and* t_{table} = 1,697 *at significance level of 0,05 and dk =* 34, *it can be result that product moment correlation* $\mathbf{r}_{xy}$ = 0, 558 *is significant. Coefficient of determined obtained equal to* 31,14 *%, its mean that* 31,14 *% variation of Customer Loyalty determined by Corporate Image.*

Result of the calculation concludes that there is positive correlation between Corporate Image and Customer Loyalty at Sampoerna Tbk.