

## ABSTRAK

**Eriendita Harsha.** Hubungan antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan Kartu XL Axiata, Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Januari 2013.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang empiris dan fakta yang sah, valid serta dapat dipercaya tentang apakah ada hubungan antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan Kartu XL Axiata Pada Warga RW 004 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.

Penelitian ini dilakukan di RW 004 Utan Kayu Selatan Jakarta Timur, selama 4 bulan terhitung dari bulan September sampai bulan Desember 2012. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik acak sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah warga RW 004 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur. Sampel yang diambil sebanyak 44 orang, dan dilakukan dengan uji persyaratan analisis.

Untuk menjangkau data dari kedua variabel digunakan kuesioner model skala likert untuk (Variabel X) Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan (Variabel Y). Sebelumnya instrumen ini digunakan, dilakukan uji validitas konstruk terlebih dahulu, untuk kedua variabel. Untuk variabel X 32 butir pertanyaan setelah divalidasi, terdapat 6 butir pertanyaan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 26 butir pertanyaan. Untuk variabel Y, dari 33 butir pertanyaan setelah divalidasi, terdapat 6 butir pertanyaan yang drop, sedangkan yang memenuhi kriteria atau valid terdiri dari 27 butir pertanyaan. Perhitungan reliabilitas kedua variabel tersebut menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Hasil reliabilitas variabel X sebesar 0,923 dan hasil reliabilitas variabel Y sebesar 0,929.

Uji persyaratan analisis yaitu Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $\hat{Y} = 54,75 + 0,557 X$ . uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji liliefors menghasilkan  $L_{hitung} = 0,080$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 44$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,133, karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran Y atas X berdistribusi normal. Uji linieritas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , yaitu  $1,03 < 2,24$ , sehingga disimpulkan bahwa persamaan tersebut linier. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yaitu  $24,85 > 4,06$ , artinya persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari Pearson menghasilkan  $r_{xy} = 0,610$  selanjutnya dilakukan uji keberartian korelasi dengan menggunakan uji-t dan dihasilkan  $t_{hitung} = 4,99$  dan  $t_{tabel} = 1,68$  pada taraf signifikan dan  $dk = 42$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,610$  adalah signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 37,17%, yang menunjukkan bahwa 37,17% Loyalitas Pelanggan ditentukan oleh Citra Merek.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara Citra Merek dengan Loyalitas Pelanggan Kartu XL Axiata pada warga RW 004 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.

## ABSTRACT

**Eriendita Harsha.** *The Relationship Between Brand Image with Customer Loyalty Card XL Axiata, Scription. Jakarta: Business Administration Study Program, Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta, January 2013.*

*This study aims to obtain empirical data and facts are valid, valid and credible about whether there is a relationship between the Brand Image with Customer Loyalty Card XL Axiata In Citizens 004 RW Southern Utan Kayu, East Jakarta.*

*The research was conducted in 004 RW Southern Utan Kayu, East Jakarta, during the four months from September to December 2012. The method used is a survey method with the correlational approach. The sampling technique used is simple random technique. The population in this study were 004 Southern Utan Kayu, East Jakarta. Samples taken as many as 44 persons, and carried out with the test requirements analysis.*

*To capture the data from the two variables used questionnaires likert scale model for Brand Image (X variable) and the Customer Loyalty (Y variable). Previous instruments used to test the construct validity in advance, for both variables. For a variable X 32 grain question once validated, there are 6 items that drop questions, while meeting the criteria or consists of 26 items valid question. For variable Y, of the 33 items questionnaire once validated, there are 6 items drop questions, while meeting the criteria or consists of 27 items valid question. Calculation of reliability of both variables using Cronbach alpha formula. The results of the X variable reliability of 0,923 and the reliability of the results of the Y variable by 0,929.*

*Test requirements analysis, the resulting regression equation is  $\hat{Y} = 54,75 + 0,557 X$ . Normality Test regression error estimated Y over X with the test result liliefors  $L_{count} = 0,080$ , while  $L_{table}$  for  $n = 44$  at 0.05 significance level is 0.133, as  $L_{count} < L_{table}$  the error estimates Y on X is normally distributed. Testing linearity of regression produces  $F_{count} < F_{table}$ , is  $1,03 < 2,24$ , so it was concluded that the linear equation. Test the significance of regression produces  $F_{count} > F_{table}$ , is  $24,85 > 4,06$ , meaning that the regression equation is significant. The correlation coefficient of Pearson Product Moment generating  $r_{xy} = 0,610$  correlation significance test is then performed using t-test and the resulting  $t_{count} = 4,99$  and  $T_{table} = 1,68$  at significance level and  $dk = 42$ . It can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0,610$  is significant. The coefficient of determination were obtained for 37,17%, which indicates 37,17% that the Brand Image is determined by the Customer Loyalty.*

*Results from this study indicate there is a positive relationship between the Brand Image with Customer Loyalty Card XL Axiata In Citizens 004 RW Southern Utan Kayu, East Jakarta.*