

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DENGAN LOYALITAS
PELANGGAN KARTU XL PADA WARGA RW 04 KELURAHAN
UTAN KAYU SELATAN DI JAKARTA**

ERIENDITA HARSHA

8135087926



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
KONSENTRASI EKONOMI DAN ADMINISTRASI
JURUSAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

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.

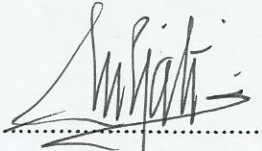
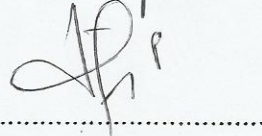
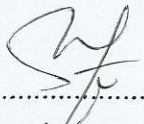

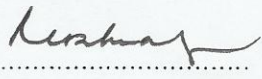
Test requirements analysis, the resulting regression equation is $\hat{Y} = 54,75 + 0,557 X$. Normality Test regression error estimated Y over X with the test result liliefors $L_{count} = 0,080$, while L_{table} for $n = 44$ at 0.05 significance level is 0.133, as $L_{count} < L_{table}$ the error estimates 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.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dra. Nurahma Hajat, M.Si
NIP. 195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dra. Rochyati NIP.196610302000121001	Ketua		22 - 1 - 2013
2. Ryna Parlyna, MBA NIP.197701112008122003	Sekretaris		22 - 1 - 2013
3. Dra. Tjutju Fatimah M.Si NIP.195311171982032001	Penguji Ahli		22 - 1 - 2013
4. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si NIP.197206171999031001	Pembimbing I		22 - 1 - 2013
5. Dra, Nurahma Hajat, M.Si NIP. 195310021985032001	Pembimbing II		22 - 1 - 2013

Tanggal Seminar: 22 Januari 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah 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, Januari 2013

Yang membuat pernyataan

Materai Rp.6.000,00



Harsha
Eriendita Harsha
8135087926

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Optimis, Karena Hidup Terus Mengalir Dan Kehidupan Terus Berputar.

Semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana dari pada sebelumnya.

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.

Persembahan :

Skripsi ini ku persembahkan untuk..

- Alm. Papa & Alm. Mama, Kakak (Raditya Maharista) dan adik (Ergie Fergian) tersayang, Bibi dan Om yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dan ketulusannya serta dukungan moril dan materil yang tak terhitung banyaknya yang diberikan demi kesuksesanku.
- Ananda Vivaldy Gilang yang tak pernah lelah memberikan semangat, perhatian dan dukungannya.
- Sahabat dan teman terbaik selama kuliah, Rizky, Niya, Via, dan Brotherhood-Koplak. Semoga Allah senantiasa memberikan yang terbaik untuk kalian.
- Semua pihak yang turut membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas doa, semangat dan bantuan yang sudah kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayahnya serta izin-Nya lah maka skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun sebagai bagian dalam persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan, bantuan, doa, motivasi dan saran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan sekaligus Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, masukan, dukungan serta semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
2. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing II yang banyak berperan dalam memberikan bimbingan, saran, masukan, dukungan serta semangat dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
3. Ari Saptono, SE, M.Pd selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi dan Administrasi khususnya Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

5. Ketua RW dan seluruh warga RW 004 Kelurahan Utan Kayu Selatan, Jakarta Timur yang telah menyediakan waktunya membantu penelitian ini.
6. Kepada yang tercinta Alm. Papa, Alm. Mama, kakak dan adik yang telah memberikan doa, kasih sayang, bantuan dorongan dan nasihat yang telah diberikan serta dukungan baik moril maupun materil.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, peneliti sangat mengharapkan kritik membangun, saran dan masukan dari pembaca sekalian.

Jakarta, Januari 2013

Eriendita Harsha

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Perumusan Masalah	10
E. Kegunaan Penelitian	10
BAB II PENYUSUNAN KERANGKA TEORETIS DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Deskripsi Teoretis	
1. Loyalitas Pelanggan	12
2. Citra Merek	19
B. Kerangka Berpikir	27
C. Perumusan Hipotesis	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan penelitian	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian	30
C. Metode Penelitian	31
D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	31
E. Instrumen Penelitian	
1. Loyalitas Pelanggan	
a. Definisi Konseptual	33
b. Definisi Operasional	33
c. Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	34
d. Validasi Instrumen Loyalitas Pelanggan.....	35
2. Citra Merek	
a. Definisi Konseptual	38
b. Definisi Operasional	38
c. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek.....	38
d. Validasi Instrumen Citra Merek	40
F. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	43
G. Teknik Analisis Data	
1. Mencari Persamaan Regresi	44
2. Uji Persyaratan Analisis	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Linieritas Regresi	46
3. Uji Hipotesis	48

a. Uji Keberartian Regresi	48
b. Perhitungan Koefisien Korelasi	48
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)	49
d. Perhitungan Koefisien Determinasi	50

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data	
1. Loyalitas Pelanggan	51
2. Citra Merek	54
B. Analisis Data	
1. Persamaan Garis Regresi	56
2. Pengujian Persyaratan Analisis	58
3. Pengujian Hipotesis Penelitian	59
C. Interpretasi Penelitian	61
D. Keterbatasan Penelitian	61

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Implikasi	62
C. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	65
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Kisi – kisi Instrumen Loyalitas Pelanggan	34
Tabel III.2 Skala Penilaian Loyalitas Pelanggan	35
Tabel III.3 Kisi – kisi Instrumen Citra Merek.....	39
Tabel III.4 Skala Penilaian Citra Merek	40
Tabel III.5 Tabel ANAVA	47
Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pelanggan	52
Tabel IV.2 Rata-rata Hitung Skor Indikator Loyalitas Pelanggan	54
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Citra Merek	55
Tabel IV.4 Rata-rata Hitung Skor Indikator Citra Merek	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran	58
Tabel IV.6 Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi dan Linearitas Persamaan Regresi Citra Merek (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y)	59
Tabel IV.7 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar II.1 Komponen brand image	24
Gambar IV.1 Grafik Histogram Loyalitas Pelanggan	53
Gambar IV.2 Grafik Histogram Citra Merek	55
Gambar IV.3 Persamaan Regresi $\hat{Y} = 54,75 + 0,557 X$	57

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian dari UNJ.....	67
Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian dari Ketua RW 004 Kelurahan Utan Kayu Selatan Jakarta Timur.....	68
Lampiran 3 Data Survei Awal	69
Lampiran 4 Responden Uji Coba.....	84
Lampiran 5 Kuesioner Uji Coba Variabel X (Citra Merek)	85
Lampiran 6 Data Mentah Uji Coba Variabel X (Citra Merek)	87
Lampiran 7 Perhitungan Validitas Variabel X (Citra Merek).....	88
Lampiran 8 Perhitungan Analisis Butir 1 Variabel X (Citra Merek).....	89
Lampiran 9 Perhitungan Reliabilitas Variabel X (Citra Merek).....	90
Lampiran 10 Perhitungan kembali hasil Uji Coba Variabel X	91
Lampiran 11 Perhitungan Kembali Uji Validitas Variabel X.....	92
Lampiran 12 Kuesioner Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	93
Lampiran 13 Data Mentah Uji Coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	96
Lampiran 14 Perhitungan Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	97
Lampiran 15 Perhitungan Analisis Butir 1 Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	98
Lampiran 16 Perhitungan Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	99
Lampiran 17 Perhitungan kembali hasil uji coba Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	100

Lampiran 18 Perhitungan Kembali Uji Validitas Variabel Y	101
Lampiran 19 Kuesioner Final Variabel Y	102
Lampiran 20 Kuesioner Final Variabel X	104
Lampiran 21 Data Mentah Final Variabel X (Citra Merek)	106
Lampiran 22 Data Mentah Final Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	107
Lampiran 23 Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Variabel X dan Y	108
Lampiran 24 Perhitungan Rata-Rata, Varians Dan Simpangan Baku	109
Lampiran 25 Hasil Data Mentah Variabel X dan Y.....	110
Lampiran 26 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X (Citra Merek).....	111
Lampiran 27 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).....	112
Lampiran 28 Grafik Histogram Variabel X (Citra Merek)	113
Lampiran 29 Grafik Histrogram Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	114
Lampiran 30 Perhitungan Persamaan Regresi Linear Sederhana	115
Lampiran 31 Grafik Persamaan Regresi	116
Lampiran 32 Tabel untuk Menghitung $\hat{Y} = a + bX$	117
Lampiran 33 Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku, Regresi $\hat{Y} = 54,75 + 0,557X$	118
Lampiran 34 Perhitungan Rata-rata, Varians, dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 54,75 + 0,557X$	119
Lampiran 35 Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi $\hat{Y} = 54,75 + 0,557X$	120
Lampiran 36 Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Y Atas X Regresi $\hat{Y} = 54,75 + 0,557X$	121

Lampiran 37 Perhitungan JK Galat.....	122
Lampiran 38 Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	123
Lampiran 39 Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	124
Lampiran 40 Tabel ANAVA Untuk Uji Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi.....	126
Lampiran 41 Perhitungan Koefisien Korelasi Product Moment.....	127
Lampiran 42 Data berpasangan Variabel X dan Variabel Y.....	128
Lampiran 43 Perhitungan Uji Signifikansi	129
Lampiran 44 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	130
Lampiran 45 Perhitungan Indikator Yang Dominan Variabel X	131
Lampiran 46 Perhitungan Indikator Yang Dominan Variabel Y	132
Lampiran 47 L tabel (Liliefors).....	133
Lampiran 48 Tabel Z (Tabel Kurva Normal Persentase).....	134
Lampiran 49 t Tabel	135
Lampiran 50 Tabel Issac dan Michael	136
Lampiran 51 Tabel nilai – nilai r Product Moment dari Pearson.....	137
Lampiran 52 F Tabel.....	138