

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin memanjatkan syukur dan terima kasih yang luar biasa atas kasih dan karunia Tuhan Allah Bapa yang selama ini senantiasa membimbing dan menuntun setiap langkah yang dicapai oleh penulis hingga akhirnya penulis diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Prof. Louie Divinagracia, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.
2. Bapak Ronald Suryaputra S.T, M.M, selaku Kepala Jurusan Management Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Heru Wijayanto, M.M., M.B.A.,M.M.T., selaku dosen pembimbing utama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada penulis dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Oliandes Sondakh, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing anggota yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Para staff pengajar Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu-ilmu melalui suatu kegiatan belajar-mengajar dengan dasar pemikiran analitis dan

pengetahuan yang lebih baik sehingga diharapkan berguna bagi penulis setelah lulus nanti.

6. Para staff administrasi Program Pra Sarjana Strata Satu Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.
7. Kedua orang tua khususnya Ayah, Ibu, dan adik – adik penulis yaitu dan keluarga besar saya yang telah banyak membantu dan berdoa untuk kelancaran penulis dalam menyelesaikan tugas-tugas terutama penelitian tugas akhir ini.
8. Teman-teman mahasiswa seperjuangan Kelompok Kathes yaitu Christoper, ardhana, Ian, Sebastian dan Sandy. Serta teman yang selalu mendukung dalam segala kegiatan dalam skripsi maupun di luar skripsi dimas, ade, bayu, puja, marina, ryan, mitzah, vindy, karina, thari, vania, bobby, robin, oei yosua, yusakh dan theresya. serta relasi-relasi yang selama ini berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah saling mendukung dan mendoakan agar dapat bersama-sama lulus dengan bangga dan membawa keharuman nama baik Universitas Pelita Harapan Surabaya.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Allah Bapa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 2013

Okky Wahyu

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis	8
2.1 Asosiasi Merek	8
2.2 Nilai Produk	9
2.3 Kualitas pelayanan	10
2.4 Kepuasan Konsumen	11
2.5 Kesetiaan Pelanggan	13
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Pengembangan Hipotesis	16
2.7.1 Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	16
2.7.2 Pengaruh Nilai Produk terhadap Kepuasan Konsumen	16
2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	16

2.7.4	Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Kesetiaan Pelanggan	17
2.7.5	Pengaruh Nilai Produk terhadap Kesetiaan Pelanggan	17
2.7.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kesetiaan Pelanggan	17
2.7.7	Pengaruh Kepuasan terhadap Kesetiaan Pelanggan	18
2.7.8	Model Penelitian	18
2.7.9	Bagan Alur Berpikir	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Populasi dan Sampel	20
3.2.1	Populasi	20
3.2.2	Sampel	20
3.3	Metode Pengumpulan Data	21
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	21
3.5	Metode Analisis Data	23
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....		29
4.1	<u>Gambaran Umum Perusahaan.....</u>	29
4.2	Analisis Data	30
4.2.1	<u>Statistik Deskriptif.....</u>	<u>30</u>
4.2.1.1	Karakteristik Responden.....	30
4.2.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2.2	Hasil Pengujian data.....	37
4.2.2.1	Uji Validitas.....	37
4.2.2.2	Uji Reliabilitas.....	38
4.2.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
4.2.3	Hasil Pengujian Hipotesis.....	42
4.2.3.1	Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (H1, H2 dan H3).....	42

4.2.3.2 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kesetiaan Pelanggan (H4, H5 dan H6).....	45
4.2.3.3 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Kesetiaan Pelanggan (H7).....	47
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Asosiasi Merek berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen..	48
4.3.2 Nilai Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
4.3.3 Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
4.3.4 Asosiasi Merek berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pelanggan....	50
4.3.5 Nilai Produk berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pelanggan.....	51
4.3.6 Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pelanggan.....	52
4.3.7 Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Kesetiaan Pelanggan.....	53
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	55
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Implikasi.....	57
5.2.2 Implikasi Teoritis.....	57
5.2.2 Implikasi Praktis	57
5.5 Rekomendasi	58
5.3.2 Rekomendasi Teoritis.....	58
5.3.2 Rekomendasi Praktis.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN A	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1
LAMPIRAN C	C-1
LAMPIRAN D.....	D-1

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	A – 1
LAMPIRAN B: DATA KUISIONER.....	B – 1
LAMPIRAN C: HASIL UJI SPSS.....	C – 1
LAMPIRAN D: UJI HIPOTESIS.....	D – 1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	18
Gambar 2.2 Bagan Alur Berpikir	19
Gambar 4.1 Logo Nike.....	29
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.....	39
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedasitas Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.....	39
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kesetiaan Pelanggan.....	41
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedasitas Variabel Asosiasi Merek, Nilai Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 2012 Ranking of the Top 100 Brands	1
Tabel 1.2 Hasil Sigi Awal	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.2 Rules of Thumb Mengenai Ukuran Koefisien Kolerasi.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel.....	32
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Untuk Variabel Asosiasi Merek.....	32
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Untuk Variabel Nilai Produk.....	33
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kepuasan konsumen.....	35
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Untuk Variabel Kesetiaan Pelanggan.....	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas.....	40
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas	42
Tabel 4.14 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (H1, H2, dan H3).....	42
Tabel 4.15 Analisis Regresi Berganda (H1, H2, dan H3).....	43
Tabel 4.16 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (H4, H5, dan H6).....	45
Tabel 4.17 Analisis Regresi Berganda (H4, H5, dan H6).....	45
Tabel 4.18 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (H7).....	47
Tabel 4.19 Analisis Sederhana (H7).....	47

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KUISIONER	A – 1
LAMPIRAN B: DATA KUISIONER.....	B – 1
LAMPIRAN C: HASIL UJI SPSS.....	C – 1
LAMPIRAN D: UJI HIPOTESIS.....	D – 1