

**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
DI NINJA XPRESS CABANG CIMINCRANG BANDUNG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana
Program Studi Manajemen S1**



**Oleh:
Widya Marviani Gartiwan
1111171137**

**PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP
BANDUNG
2020**

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Kegunaan Penelitian	5
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	7

2.1.2	Manajemen Pemasaran	7
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4	Ekuitas Merek	8
2.1.4.1	Pengertian Merek.....	8
2.1.4.2	Tingkatan Merek.....	9
2.1.4.3	Pengertian Ekuitas Merek.....	10
2.1.4.4	Dimensi Ekuitas Merek	11
2.1.5	Kualitas Layanan Jasa	14
2.1.5.1	Pengertian Jasa	14
2.1.5.2	Klasifikasi Jasa	15
2.1.5.3	Pengertian Kualitas Layanan (Jasa)	17
2.1.5.4	Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Layanan	17
2.1.5.5	Dimensi Kualitas Layanan.....	20
2.1.6	Loyalitas pelanggan.....	21
2.1.6.1	Pengertian Loyalitas	21
2.1.6.2	Pengertian Loyalitas Pelanggan	22
2.1.6.3	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	23
2.2.1	Landasan Teori	23
2.2.2	Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.3	Studi Empiris	29

2.2.4 Hipotesis	31
-----------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	32
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	38
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.2 Instrumen Penelitian	39
3.5.2.1 Skala Likert	39
3.5.2.2 Metode Transformasi Data.....	40
3.5.2.3 Uji Validitas.....	41
3.5.2.4 Uji Reabilitas	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	43
3.6.2 Analisis Statistik Verifikatif.....	45
3.6.2.1 Uji Asumsi Klasik	46
3.6.2.2 Analisis Koefisien Korelasi	47
3.6.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.6.2.4 Koefisien Determinasi	48

3.6.3 Uji Hipotesis.....	49
3.6.3.1 Uji Simultan (Uji F).....	49
3.6.3.2 Uji Parsial (Uji T).....	51

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data.....	53
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.2 Uji Validitas.....	55
4.1.3 Uji Reliabilitas.....	58
4.1.4 Analisis Deskriptif.....	59
4.1.4.1 Gambaran mengenai Variabel Ekuitas Merek.....	60
4.1.4.2 Garis Kontinum Ekuitas Merek.....	67
4.1.4.3 Gambaran mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	69
4.1.4.4 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan	74
4.1.4.5 Gambaran mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan	76
4.1.4.6 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan.....	81
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	83
4.1.6 Uji Koefisien Korelasi	86
4.1.7 Koefisien Determinasi	88
4.1.8 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis	89
4.1.8.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	89
4.1.8.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	90
4.2 Pembahasan.....	92

4.2.1 Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang	92
4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang	93
4.2.2 Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang	94

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Survei Awal Tingkat Ekuitas Merek	1
Tabel 1.2	Hasil Survei Awal Tingkat Kualitas Pelayanan	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1	Desain Penelitian.....	33
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.3	Skala Likert	40
Tabel 3.4	Skor Tanggapan Responden	44
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Tingkat Menggunakan Jasa Pengiriman	55
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Ekuitas Merek (X_1).....	56
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Kinerja (X_2)	56
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Kualitas Pelayanan - Harapan (X_2)	57
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)....	57

Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10	Kategori Interpretasi Skor	59
Tabel 4.11	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 1: Saya Dapat Dengan Cepat Mengingat Logo Atau Symbol Dari Merek Ini	60
Tabel 4.12	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 2: Saya Dapat Mengenali Merek Ninja Xpress Cabang Cimincrang Tanpa Bertanya Ke Orang Lain	61
Tabel 4.13	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 3: Menurut Saya Lokasi Ninja Xpress Cabang Cimincrang Strategis	62
Tabel 4.14	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 4: Logo Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Karakteristik Tersendiri	63
Tabel 4.15	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 5: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memiliki Kualitas Yang Saya Harapkan.....	64
Tabel 4.16	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 6: Kinerja Pada Ninja Xpress Cabang Cimincrang Lebih Baik Dari Pada Merek Lain	65
Tabel 4.17	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 7: Ninja Xpress Cabang Cimincrang Memberikan Kepuasan Saat Saya Menggunakannya	65
Tabel 4.18	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 8: Saya Akan Setia Menggunakan Jasa Pengiriman Pada Merek Tersebut	66

Tabel 4.19	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	67
Tabel 4.20	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Fisik (<i>Tangible</i>).....	69
Tabel 4.21	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Keandalan (<i>Reliability</i>)	70
Tabel 4.22	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	71
Tabel 4.23	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Empati (<i>Emphaty</i>)	72
Tabel 4.24	Tingkat Kualitas Pelayanan di Ninja Xpress pada Tampilan Jaminan (<i>Assurance</i>)	73
Tabel 4.25	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	74
Tabel 4.26	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 29: Menurut Saya Memilih Ninja Xpress Cabang Cimincrang Adalah Pilihan Yang Tepat	76
Tabel 4.27	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 30: Saya Percaya Terhadap Konsistensi Pelayanan Akan Pengiriman Paket Yang Saya Terima.....	77
Tabel 4.28	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 31: Saya Akan Setia Memilih Jasa Pengiriman Ninja Xpress Cabang Cimincrang Walaupun Terjadi Perubahan Biaya.....	78
Tabel 4.29	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 32: Dimasa	

	Mendatang Bila Saya Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Saya Selalu Memanfaatkan Pelayanan Di Ninja Xpress Cabang Cimincrang.....	78
Tabel 4.30	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 33: Saya Akan Menginformasikan Keunggulan Jasa Pengiriman Ini Kepada Orang Lain, Teman Atau Keluarga Saya	79
Tabel 4.31	Tanggapan responden terhadap kuesioner nomer 34: Bila Ada Keluarga Atau Teman Yang Membutuhkan Jasa Pengiriman Barang Maka Saya Akan Merekomendasikan Jasa Pengiriman Barang Ini.....	80
Tabel 4.32	Skor Rata-Rata Setiap Indikator Pertanyaan.....	81
Tabel 4.33	Tabel Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.34	Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.35	Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.36	Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi	86
Tabel 4.37	Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
Tabel 4.38	Tabel Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	89
Tabel 4.39	Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	90
Tabel 4.40	Tabel Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram jumlah pelanggan Ninja Xpress Cabang Cimincrang 2019.....	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	28
Gambar 3.1 Kategori Penilaian Garis Kontinum.....	44
Gambar 3.2 Uji F	50
Gambar 3.3 Uji Hipotesis Dua Pihak	52
Gambar 4.1 Garis Kontinum Kategorisasi Ekuitas Merek	68
Gambar 4.2 Garis Kontinum Kategorisasi Kualitas Pelayanan	75
Gambar 4.3 Garis Kontinum Kategorisasi Loyalitas Pelayanan	82
Gambar 4.4 Uji Simultan (Uji F)	90
Gambar 4.5 Uji Parsial (Uji t)	92

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Ninja Xpress Cabang Cimincrang Bandung
Nama : Widya Marviani Gartiwan
NPM : 1111171137
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Sangga Buana YPKP Bandung
Tempat Penelitian : Ninja Xpress Cabang Cimincrang Bandung
Lama Penelitian : 6 (enam) Bulan

Bandung, 27 Mei 2020

Menyetujui dan Mengesahkan
Pembimbing,



Tahmat SE., M.Si

Dosen Penguji I



(Fitria Lilvana SE., M.Si)

Dosen Penguji II



(Dr. Nenny Hendajany, SSi., SE., MT)

Wakil Dekan Fakultas Ekonomi



(Hj. R. Aryanti Ratnawati SE., M.Si)

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Fitria Lilvana SE., M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Widya Marviani Gartiwan


NPM : 1111171137

Alamat: Komplek Kawali Estate No.4

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 27 Mei 2021

Yang membuat pernyataan



(Widya Marviani Gartiwan)