

**PENGARUH CITRA MEREK PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PADA PELANGGAN  
RESTORAN CEPAT SAJI McDonald's  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**WIJOYO SUTEJO**

**3103009114**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2014**

PENGARUH CITRA MEREK PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS PADA PELANGGAN RESTORAN CEPAT SAJI  
McDonald's  
DI SURABAYA

SKRIPSI  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
Wijoyo Sutejo  
3103009114

JURUSAN MANAJAMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2014

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PADA PELANGGAN  
RESTORAN CEPAT SAJI McDonald's  
DI SURABAYA**

Oleh:

Wijoyo Sutejo

3103009114

Telah Disetujui dan Diterima untuk Sidang Akhir


Pembimbing I,



Dra. Ec. Maria Goretti T, MM

Tanggal: ... 1 / 7 / 2014

Pembimbing II,



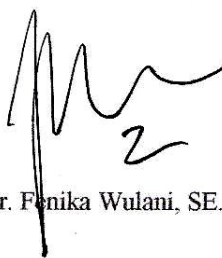
Maria Mia Kristanti, SE., MM

Tanggal: ... 3 / 7 / 2014 .

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Wijoyo Sutejo NRP 3103009114 telah diuji pada tanggal 25 Juli 14 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:

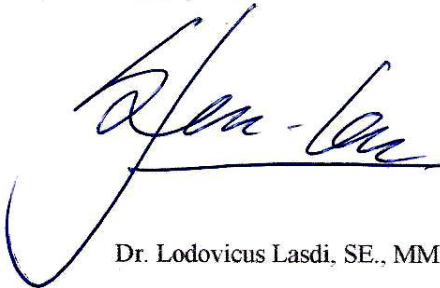


6/8/14  
2

Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si.

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wijoyo Sutejo

NRP : 3103009114

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pada Pelanggan Restoran Cepat Saji McDonald's Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Binis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 6/8/2014

Yang menyatakan,



( Wijoyo Sutejo)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga penulis skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran yang sangat bermanfaat dalam penyempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol. MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan di tengah-tengah kesibukan yang padat.
4. Maria Mia, SE.,MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan di tengah-tengah kesibukan yang padat.

5. Para dosen pendidik semua mata kuliah yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan saudaraku yang senantiasa memberikan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua sahabat, teman, dan pihak lain yang telah memberikan bantuan dalam pengisian kuesioner, serta memberikan nasehat dan semangat sehingga memacu penulis untuk lebih giat mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juli 2014

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB 1: PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
<b>BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Merek.....	10
2.2.2 Citra.....	11
2.2.3 Citra Merek Perusahaan.....	12



	Halaman
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	14
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	19
2.2.6 Pengaruh Citra Merek Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2.8 Pengaruh Citra Merek Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	24
2.3 Model Penelitian.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
<b>BAB 3 : METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Identifikasi Variabel.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	29
3.5 Pengukuran Variabel.....	29
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7 Populasi, Sampel, dan Tehnik Pengambilan Sampel.....	30
3.8 Tehnik Analisis Data.....	32
1. Uji Normalitas.....	32
2. Prosedur Penerapan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	33
<b>BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	38

	Halaman
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	40
4.3 Analisis Data.....	45
1. Uji Normalitas Data.....	45
2. Pengujian Validitas.....	47
3. Pengujian Reliabilitas.....	48
4.4 Persamaan Struktural.....	51
4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	52
4.6 Uji Hipotesis.....	53
4.7 Pembahasan.....	55
4.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
4.7.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	56
4.7.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
 BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	58
5.2 Saran.....	59
 DAFTAR KEPUSTAKAAN	
 LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Nomor:	Halaman
2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	9
4.1. Jenis Kelamin.....	38
4.2. Usia.....	38
4.3. Frekuensi Makan di McDonald's 6 Bulan Terakhir.....	39
4.4. Lokasi McDonald's Yang Paling Sering Dikunjungi.....	39
4.5. Kelompok Interval Penelitian.....	41
4.6. Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi Variabel Citra Merek.....	41
4.7. Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	43
4.8. Nilai Rata-rata dan Standar Deviasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	44
4.9. Hasil Pengujian Normalitas Univariate.....	45
4.10. Hasil Uji Normalitas Multivariate.....	46
4.11. Hasil Uji Validitas.....	47
4.12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek.....	48
4.13. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	49
4.14. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	50
4.15. Hasil Pengujian Model Fit.....	52
4.16. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Nomor:	Halaman
2.1. Model Penelitian .....	25
4.1. <i>Output Structural Equation Model (T-Value)</i> .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor:

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Data Kuesioner Penelitian
4. Output Normalitas
5. Output SEM

**PENGARUH CITRA MEREK PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUASAN DAN LOYALITAS PADA PELANGGAN RESTORAN  
CEPAT SAJI McDonald's  
DI SURABAYA**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek perusahaan terhadap kepuasan, pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, dan pengaruh citra merek perusahaan terhadap loyalitas pada pelanggan restoran cepat saji McDonald's di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 120 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan McDonald's yang pernah makan minimal empat kali dalam 6 bulan terakhir di gerai manapun di Surabaya dan berusia 17 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan, dan citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas, dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

**Kata Kunci:** *Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

**THE INFLUENCE OF COMPANY BRAND IMAGE TO  
CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY IN McDonald's  
FAST FOOD RESTAURANT  
IN SURABAYA**

**ABSTRACT**

This research aims to determine the influence of corporate brand image on customer satisfaction, the influence of customer satisfaction on customer loyalty, and the influence of corporate brand image on customer loyalty at McDonald's fast food restaurant in Surabaya. This study uses Structural Equation Modeling (SEM). Sampling technique in this study using purposive sampling. The sample used in this study was 120 respondents. Characteristics of the sample in this research that customer McDonald's fast food restaurant, who ever eat at least four times in the last 6 months at any outlets in Surabaya and 17 years old .

The results showed that the brand image of the significant and positive impact on customer satisfaction, and customer satisfaction significant and positive impact on customer loyalty and brand image of the significant and positive impact on customer loyalty. These results were confirmed by the of test validity, reliability, and compatibility testing model to every indicators in each variable.

**Key Word:** *Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*