

**ANALISA PENGARUH CITRA MEREK IM3 TERHADAP  
LOYALITAS DAN KOMITMEN PELANGGAN IM3 TERHADAP  
MEREK IM3 DI SURABAYA SELATAN**



**OLEH:  
IVAN NICO  
3103006002**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
2010**

**ANALISA PENGARUH CITRA MEREK IM3 TERHADAP  
LOYALITAS DAN KOMITMEN PELANGGAN IM3 TERHADAP  
MEREK IM3 DI SURABAYA SELATAN**

**SKRIPSI**

**Ini diajukan kepada  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**

**OLEH:  
IVAN NICO  
3103006002**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISA PENGARUH CITRA MEREK IM3 TERHADAP LOYALITAS  
DAN KOMITMEN PELANGGAN IM3 TERHADAP MEREK IM3 DI  
SURABAYA SELATAN**

**OLEH  
IVAN NICO SOESILO  
3103006002**

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji**

**Pembimbing I,**



**C. Marlina Junaedi, SE.,MSi.**

**Tanggal: 29 Juli 2010**

**Pembimbing II,**



**Hendro Susanto, SE., MM.**

**Tanggal : 29 Juli 2010**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang ditulis oleh Ivan Nico, NRP: 3103006002  
Telah diuji pada tanggal 7 Agustus 2010 dan dinyatakan LULUS oleh:

**KETUA TIM PENGUJI:**




**Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM**

**NIK: 311.89.0152**

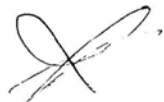
**Mengetahui:**

**DEKAN,**

**KETUA JURUSAN,**



**Dr. Ch. Whidva Utami, MM.**  
**NIK: 311.92.0185**



**Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM**  
**NIK: 311.89.0152**

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Ivan Nico

NRP : 3103006002

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

Judul:

**ANALISA PENGARUH CITRA MEREK IM3 TERHADAP  
LOYALITAS DAN KOMITMEN PELANGGAN IM3 TERHADAP  
MEREK IM3 DI SURABAYA SELATAN**

Untuk 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 persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat  
dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Agustus 2010

Yang menyatakan,



Ivan Nico

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Christina Whidya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu C. Marlina Junaedi, SE., MSi., selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan pengarahan yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini..
5. Segenap dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis serta karyawan beserta seluruh staf Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Papa, Mama, Adikku yang telah banyak memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama kuliah hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Teman-Teman di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (Yohanes Puspohadi, Jenny Tan, Stevanus Betanny, Achmad Iqbal, Elen Gozali, Sherly Winarto). Terima kasih atas doa, waktu, semangat, dukungan, bantuannya dalam mengisi kuesioner, membantu membagikan kuesioner, hingga terselesainya skripsi ini, menjadi teman dalam suka maupun duka.
8. Teman – Teman di Komunitas KasKus(Agan Eri Wirandana, Komunitas Regional Surabaya, Komunitas *Lounge*). Terimakasih untuk bantuan agan Eri Wirandana dalam memberikan referensi jurnal yang mendukung penyusunan skripsi saya serta dukungan teman – teman Regional Surabaya dan Komunitas Lounge yang memungkinkan terselesainya skripsi ini.

Penulis telah berusaha dalam penyusunan skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman, maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna untuk pihak-pihak yang membutuhkan, baik untuk lingkungan akademik maupun praktisi.

Surabaya, Juli 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	4
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	8
A. Pengertian Merek.....	8
B. Peranan dan Kegunaan Merek.....	8
C. Pengertian Citra Merek.....	10
D. Asosiasi Merek.....	12
E. Loyalitas Pelanggan.....	15
F. Matriks Loyalitas.....	17
G. Tahapan Loyalitas.....	18
H. Komitmen Pelanggan.....	19
I. Hubungan antara Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan.....	21
J. Hubungan antara Citra Merek dan Komitmen Pelanggan.....	21
2.3. Model Analisis.....	22



2.4. Hipotesis.....	23
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional.....	24
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	27
3.5. Pengukuran Variabel.....	27
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.8. Teknik Analisis Data.....	29
A. Uji Validitas.....	29
B. Uji Reliabilitas.....	29
3.9. Structural Equation Modelling.....	30
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Profil Responden.....	32
4.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	38
4.3. Analisis Data.....	41
A. Uji Normalitas.....	41
B. Pengujian Keseluruhan Model.....	41
C. Pengujian Model Struktural.....	44
4.4. Pengujian Hipotesis.....	45
4.5. Pembahasan.....	46
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1. Simpulan.....	47
5.2. Saran.....	47
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Jasa Penyedia Telekomunikasi di Indonesia pada Mei 2009.....	3
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian yang akan Diteliti.....	7
Tabel 3.1 Pra Survei Variabel Citra Merek.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Produk.....	33
Tabel 4.4 Kriteria Setiap Pernyataan.....	34
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek.....	35
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	36
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Komitmen Pelanggan..	37
Tabel 4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Variabel Loyalitas Pelanggan.....	39
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Variabel Komitmen Pelanggan.....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	41
Tabel 4.12 Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i> Indeks.....	42
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis.....	45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Analisis.....	22
Gambar 4.1 Output T-Value.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Tanggapan Responden
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Ikhtisar *Goodness of Fit* Indeks
- Lampiran 7. Persamaan Struktural

## ABSTRAKSI

Perkembangan perusahaan operator telepon genggam saat ini makin berkembang sehingga perusahaan bersaing untuk mempertahankan pelanggan lama, mencari pelanggan baru dan berusaha untuk menanamkan citra merek positif ke dalam benak konsumen agar konsumen dapat menjadi loyal. Salah satunya adalah Indosat yang menjadi salah satu provider dengan jumlah pelanggan terbanyak di Indonesia dengan merek dagangnya yang meliputi IM3, Mentari, Matrix, dan StarOne. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek IM3 terhadap loyalitas dan komitmen pelanggan IM3 terhadap Merek IM3.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang berarti dalam teknik ini pemilihan unit sampling dilakukan dengan mempertimbangkan syarat – syarat yang telah ditetapkan sebelumnya. Responden adalah pelanggan IM3 di daerah Surabaya Selatan yang sudah menjadi pelanggan IM3 minimal selama 3 bulan.

Hasil penelitian ini adalah: (1) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. (2) Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Komitmen Pelanggan.

**Kata kunci:** Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, Komitmen Pelanggan

## ABSTRACT

The development of mobile phone operators currently developed further so that companies compete to retain existing customers, finding new customers and trying to implant a positive brand image into the minds of customers so that customers can become loyal. One of them is Indosat, One of the largest providers with the largest subscriber base in Indonesia, with its trademark including IM3, Mentari, Matrix, and StarOne. The purpose of this study was to determine the effect of IM3's Brand Image to IM3's Customer loyalty and customer commitment to the IM3.

The sampling technique in this study using purposive sampling method, which means the sampling unit selection technique is done by considering the conditions previously set. Respondents were IM3 customers in the area of South Surabaya that's already subscribed at least for 3 month.

The results of this study are: (1) Brand Image has a significant effect on Customer Loyalty. (2) Brand Image has a significant effect on Customer Commitment.

**Keyword:** Brand Image, Customer Loyalty, Customer Commitment