

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN  
LAYANAN PURNA JUAL (*AFTER SALES SERVICE*)  
TERHADAP LOYALITAS MEREK (*BRAND LOYALTY*)  
PRODUK PONSEL NOKIA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi**



**Merdiana**

**1071001175**

**PROGRAM SARJANA STRATA 1**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2011**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Merdiana**

**NIM : 1071001175**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 18 Agustus 2011**

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND AFTER SALES SERVICE  
TOWARD BRAND LOYALTY ON THE MOBILE PHONE PRODUCT  
CALLED NOKIA**

Merdiana.<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*The objective of this study is to examine the effect of brand image and after sales service toward brand loyalty of Nokia. The theories used in this study are brand, brand image, after sales service, and brand loyalty. Type of this study is research design with samples that required in this study are 150 respondents.. The method of sampling uses purposive sampling. The analysis method of data that used is quantitative analysis with validation-test, reliability-test, classic of assumption-test, determination coefficient, F-test, t-test, and multiple linear regression analysis. By using multiple linear regression analysis, this research can be conclude that brand image and after sales service affect in positive and significant way toward brand loyalty of Nokia. This research also showed that the most dominant variable affecting brand loyalty of Nokia is after sales service.*

*Keywords: Brand Image, After Sales Service, and Brand Loyalty.*

---

<sup>2</sup> Student of Bakrie University, Management Major

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN LAYANAN PURNA  
JUAL (*AFTER SALES SERVICE*) TERHADAP LOYALITAS MEREK  
(*BRAND LOYALTY*) PRODUK PONSEL NOKIA**

Merdiana.<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh citra merek dan layanan purna jual terhadap loyalitas merek pada produk ponsel Nokia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai merek, citra merek, layanan purna jual, dan loyalitas merek. Jenis penelitian ini adalah desain riset dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji F, uji t, dan analisis regresi berganda. Dengan menggunakan metode regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek dan layanan purna jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada produk ponsel Nokia. Diketahui juga bahwa variabel paling dominan mempengaruhi loyalitas merek produk ponsel Nokia adalah variabel layanan purna jual.

*Kata Kunci: Citra Merek, Layanan Purna Jual, dan Loyalitas Merek.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Merdiana  
NIM : 1071001175  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Layanan Purna  
Jual (*After Sales Service*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand  
Loyalty*) Produk Ponsel Nokia

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, Ph.D



Penguji I : Deddy Herdiansjah, Ph.D



Penguji II : Ananda Fortunisa, S.E., M.Si.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 18 Agustus 2011

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Merdiana  
NIM : 1071001175  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : Desain Riset

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Layanan Purna Jual (*After Sales Service*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Produk Ponsel Nokia**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Agustus 2011

Yang menyatakan



Merdiana

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena tas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Layanan Purna Jual (*After Sales Service*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Produk Ponsel Nokia” ini dengan sebaik-baiknya.

Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie.

Setiap proses dalam penyelesaian tugas akhir ini pun tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Muchsin Saggaff Shihab S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang selalu siap membantu ketika dibutuhkan dan memberikan masukan-masukan untuk penulisan;
2. Orang tua penulis, Ibu Uyaebah dan Bapak Mudjiarto, yang telah memberikan segala bentuk dukungannya mulai dari doa dan pengertian, serta berupa dana yang diberikan selama penyusunan skripsi;
3. Saudara-saudara penulis yaitu Romy Ramadhani, Nabilla Ulfah dan Getamika yang telah banyak memberikan dukungan dan doa selama penyusunan skripsi berlangsung;
4. Bapak Heri, Bapak Raden Akbar, dan seluruh staf Universitas Bakrie yang tidak pernah jenuh membantu dan direpotkan dalam penyusunan tugas akhir ini;
5. Khell Lazuardi dan Hilmi Sanova, alumni Universitas Bakrie yang telah membantu dalam pengolahan data, tanpa pamrih dan tanpa mengeluh walaupun bukan sebagai kewajibannya;

6. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Agatha, Fihan, Helena, Lichu, Zainal dan Ziyad, yang selama 4 tahun menemani dalam suka dan duka, serta selalu memberikan dukungan dalam segala hal;
7. Teman-teman bimbingan yang selalu mendukung dan membantu, Hardina dan Rangga;
8. Teman-teman angkatan Manajemen 2007 yang sama-sama berjuang dalam tahap penyelesaian tugas akhir;
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik;
10. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saran, kritik serta masukan dari pembaca yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk penelitian di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat serta dapat memberikan masukan dan menambah wawasan baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Jakarta, 18 Agustus 2011

Penulis



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Merdiana  
NIM : 1071001175  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Tugas Akhir : Desain Riset

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Layanan Purna Jual (*After Sales Service*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Produk Ponsel Nokia**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 18 Agustus 2011  
Yang menyatakan

Merdiana

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) DAN LAYANAN PURNA  
JUAL (*AFTER SALES SERVICE*) TERHADAP LOYALITAS MEREK  
(*BRAND LOYALTY*) PRODUK PONSEL NOKIA**

Merdiana.<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh citra merek dan layanan purna jual terhadap loyalitas merek pada produk ponsel Nokia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai merek, citra merek, layanan purna jual, dan loyalitas merek. Jenis penelitian ini adalah desain riset dimana sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, uji F, uji t, dan analisis regresi berganda. Dengan menggunakan metode regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek dan layanan purna jual berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas merek pada produk ponsel Nokia. Diketahui juga bahwa variabel paling dominan mempengaruhi loyalitas merek produk ponsel Nokia adalah variabel layanan purna jual.

*Kata Kunci: Citra Merek, Layanan Purna Jual, dan Loyalitas Merek.*

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND AFTER SALES SERVICE  
TOWARD BRAND LOYALTY ON THE MOBILE PHONE PRODUCT  
CALLED NOKIA**

Merdiana.<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*The objective of this study is to examine the effect of brand image and after sales service toward brand loyalty of Nokia. The theories used in this study are brand, brand image, after sales service, and brand loyalty. Type of this study is research design with samples that required in this study are 150 respondents.. The method of sampling uses purposive sampling. The analysis method of data that used is quantitative analysis with validation-test, reliability-test, classic of assumption-test, determination coefficient, F-test, t-test, and multiple linear regression analysis. By using multiple linear regression analysis, this research can be conclude that brand image and after sales service affect in positive and significant way toward brand loyalty of Nokia. This research also showed that the most dominant variable affecting brand loyalty of Nokia is after sales service.*

*Keywords: Brand Image, After Sales Service, and Brand Loyalty.*

---

<sup>2</sup> Student of Bakrie University, Management Major

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Batasan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>7</b>
2.1 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	7
2.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	8
2.3 Layanan Purna Jual ( <i>After Sales Service</i> ) .....	10
2.4 Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ) .....	12
2.5 Penelitian Terdahulu .....	14
2.6 Kerangka Konseptual dan Pengemabangan Hipotesis .....	15
<b>3. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	19
3.2 Variabel Penelitian .....	19
3.2.1 Variabel Bebas ( <i>Independent Variable</i> ) .....	19
3.2.2 Variabel Terikat ( <i>Dependent Variable</i> ) .....	20
3.3 Prosedur Pengumpulan Data .....	22
3.4 Teknik Analisis Data .....	23
3.4.1 Uji Instrumen .....	23
3.4.2 Metode Analisis Data .....	25
3.4.2.1 Koefisien Determinasi .....	25
3.4.2.2 Uji F .....	26
3.4.2.3 Uji T .....	26
3.4.2.4 Uji Normalitas.....	26
3.4.2.5 Uji Multikolinearitas .....	27
<b>4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>28</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	28
4.2 Hasil Analisis .....	29
4.2.1 Uji Realibilitas .....	30
4.2.2 Uji Validitas .....	30

4.2.3 Uji Normalitas .....	33
4.2.4 Uji Multikolinearitas .....	35
4.3 Analisis Deskriptif .....	36
4.3.1 Variabel Citra Merek .....	36
4.3.2 Variabel Layanan Purna Jual .....	37
4.3.3 Variabel Loyalitas Merek .....	39
4.4 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	40
4.4.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
4.4.2 Uji F .....	42
4.4.3 Uji t .....	42
4.5 Analisis korelasi .....	42
4.6 Uji Hipotesis .....	44
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	44
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	45
4.6.3 Pengujian Hipoitiesis 3 .....	45
4.7 Pembahasan .....	46
<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan .....	48
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	48
5.3 Saran .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Volume Global Penjualan Ponsel Nokia .....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel .....	20
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	29
Tabel 4.2. Uji Realibilitas .....	30
Tabel 4.3. Pengujian Validitas <i>Pearson Correlation</i> .....	31
Tabel 4.4. Pengujian Validitas Setiap <i>Item</i> .....	32
Tabel 4.5. Uji Multikolinearitas .....	35
Tabel 4.6. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek .....	36
Tabel 4.7. Analisis Deskriptif Variabel Layanan Purna Jual .....	38
Tabel 4.8. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Merek .....	39
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Berganda .....	40
Tabel 4.10. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
Tabel 4.11. Analisis Korelasi .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 4.1 Grafik Normalitas .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	55
Lampiran 2	Karakteristik Responden.....	57
Lampiran 3	Analisis Deskriptif .....	58
Lampiran 4	Analisis Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek 30 Responden.....	65
Lampiran 5	Analisis Uji Reliabilitas Variabel Layanan Purna Jual .....	67
Lampiran 6	Analisis Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek 30 Responden	68
Lampiran 7	Analisis Reliabilitas Variabel Citra Merek .....	69
Lampiran 8	Analisis Reliabilitas Variabel Layanan Purna Jual .....	71
Lampiran 9	Analisis Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek .....	72
Lampiran 10	Analisis Validitas dengan <i>Product Moment Correlation</i> .....	73
Lampiran 11	Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
Lampiran 12	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Variabel Citra Merek .....	79
Lampiran 13	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Variabel Layanan Purna Jual .....	79
Lampiran 14	Analisis Korelasi .....	80