

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)**



**Diajukan Sebagai Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh :

**LEVINA OCTORA PUTRI PURNOMO
040902619 / KOM**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN
(Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)**

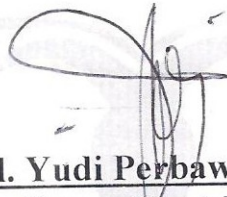
SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Syarat Kelulusan pada Program Studi Ilmu
Komunikasi dengan Konsentrasi Studi Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disusun Oleh :

LEVINA OCTORA PUTRI PURNOMO
NIM : 040902619 / KOM

Disetujui Oleh :



Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)**

Penyusun : **Levina Octora Putri Purnomo**

NIM : **040902619**

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : **Selasa, 21 Juni 2011**

Pukul : **12.00**

Tempat : **Ruang Pendadaran Lantai 2
Gedung Teresa Kampus FISIP UAJY**

TIM PENGUJI

Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama

Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji I

Ike Devi S., S.Sos., M.Si.

Penguji II



HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Levina Octora Putri Purnomo
NIM : 040902619
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material atau non-material, ataupun segala kemungkinan lainnya yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 28 Mei 2011

Saya yang menyatakan,



(Levina Octora Putri Purnomo)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Natasha Skin Care.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan di Natasha Skin Care Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kaliurang Km.5 No.53 Depok, Sleman, Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini sebanyak 105 orang yakni pemegang *Executive Card*.

Terdapat empat variabel dalam penelitian ini yakni citra perusahaan sebagai variabel independen, kualitas pelayanan sebagai variabel intervening satu, kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dua, dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini, citra perusahaan diukur berdasarkan komponen : *personality, reputation, value*, dan *corporate identity* menurut Harrison. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan komponen : *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, dan *emphaty* menurut Parasuraman, *et.al*. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan komponen : pelayanan yang nyaman, pemberian informasi yang jelas dan lengkap, dan kepuasan pelayanan *customer service* menurut Tjiptono. Sementara loyalitas pelanggan diukur berdasarkan komponen : pemberian secara berulang, merekomendasikan ke pihak lain, dan komitmen pada perusahaan menurut Tjiptono. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan uji korelasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. Hal tersebut ditunjukkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,365 dengan nilai $p = 0,005 < 0,05$. Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,318 dengan nilai $p = 0,008 < 0,05$. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 4,210 dengan nilai $p = 0,001 < 0,05$. Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, yang ditunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,323 dengan nilai $p = 0,000 < 0,05$. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan termasuk kecil yakni sebesar 0,244 atau sebesar 24,4%. Sementara sisanya sebesar 75,6% dipengaruhi faktor lain seperti faktor ekonomi yakni daya beli pelanggan, karakteristik pelanggan misalnya faktor usia, pengalaman, dan faktor kompetitor.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

HALAMAN PERSEMBAHAN



I dedicate "my holy bible" to :

- ♥ *My Dad, My Mom, and My Sista*
- ♥ *My Saviour, Mr. Kevin and Mr. Imam*
- ♥ *My "Big" Angel*
- ♥ *My Brothers*
- ♥ *My Beloved Friends*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Industri Jasa Natasha Skin Care)”.

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar keserjanaan pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan saran selama penulisan skripsi ini berlangsung.
2. Ibu Ike Devi S., S.Sos., M.Si. dan ibu Dr. MC. Ninik Sri Rejeki, M.Si., yang telah memberikan banyak masukan pada saat seminar maupun ujian.
3. Para dosen khususnya yang mengajar *Public Relations* dan seluruh staf yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini.
4. Pimpinan Natasha Skin Care Yogyakarta yang beralamat di Jalan Kaliurang Km.5 No.53 Depok, Sleman, Yogyakarta, yang telah memberikan kesempatan dan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.
6. Papa Sri Purnomo, Mama Sri Wahyuni Herawati, dan Mbak Vemmy Eliza Putri Purnomo, yang telah memberikan dukungan baik dukungan moral

maupun materiil dan dorongan semangat kepada penulis selama menyelesaikan penulisan skripsi ini...*Aku sayang kalian...muach!*

7. Mas Kevin dan Mas Imam, yang karena tali silaturahmi akhirnya bisa dipertemukan dan membawa “keajaiban”...*simsalabimabakadabra...cling!*
8. Johanes Sigit “GenTONG” Permadi, yang telah banyak berkorban, meminjamkan laptop dan scanner/printer, menemani mengejar dosen, bermain dan belajar bersama...*Big Thanks for my “Big” Angel! Muach! ☺*
9. Kakak-kakakku yang gendut2 nan jauh disana..hihihi..(Kak Bendot & Kak Maxi), thanks ya bro atas “teror”nya, kritik, saran, waktu nelpon selama ini...*jangan kapok yak...☺*
10. Teman-teman seperjuangan (Shasa, Mima, Hiro, Widi, Danang, Andre) makasi ya kalian udah hadir dan mau berbagi kisah hidup bersamaku, aku pasti akan merindukan moment2 itu. Perjalanan kita masih panjang, tetap semangat & sukses buat kita semua.OK! ☺
11. Anak MAMA (Mixed Martial Arts), kalian memang membawa sensasi dan semangat tersendiri bagiku...*Keep Fun, Fearless, & Fighting!*
12. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Tuhan membalas segala kebaikan kalian semua, Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini belumlah sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari seluruh pembaca, demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini memberikan manfaat bagi rekan-rekan mahasiswa khususnya program studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih.

Yogyakarta, 10 Juni 2011

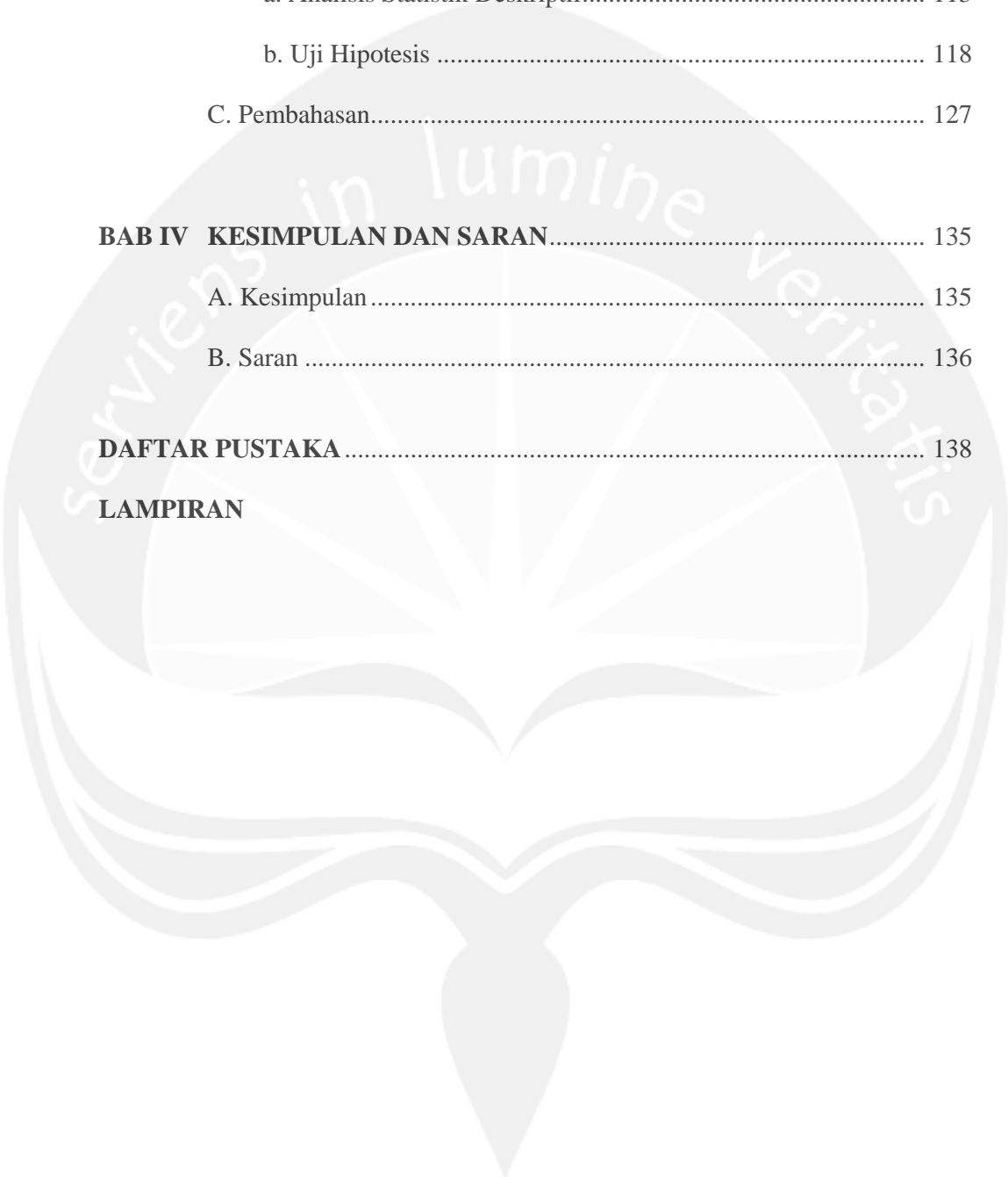
Levina Octora

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Citra Perusahaan.....	11
2. Kualitas Pelayanan	16
3. Kepuasan Pelanggan	20

4. Loyalitas Pelanggan	26
F. Kerangka Konsep	33
G. Hipotesis Penelitian	39
H. Definisi Operasional	41
1. Variabel Independen : Citra Perusahaan (X_1)	41
2. Variabel Intervening.....	44
a. Kualitas Pelayanan (X_2).....	44
b. Kepuasan Pelanggan (X_3).....	47
3. Variabel Dependen : Loyalitas Pelanggan (Y).....	48
I. Metodologi Penelitian	54
1. Metode Penelitian	54
2. Jenis Penelitian.....	55
3. Lokasi Penelitian.....	55
4. Populasi.....	55
5. Teknik Pengambilan Sampel.....	56
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
8. Teknik Pengumpulan Data.....	61
a. Data Primer	61
b. Data Sekunder.....	62
9. Teknik Pengukuran Data.....	63
10. Teknik Analisis Data.....	66

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	67
A. Sejarah Perusahaan.....	67
B. Citra Natasha Skin Care.....	68
1. Pusat Perawatan Kecantikan Terdepan dan Modern.....	68
2. Pusat Perawatan Kecantikan Berkualitas	71
3. Pusat Perawatan Kecantikan untuk Wanita Modern.....	72
C. Profil Pelanggan Natasha Skin Care	73
1. <i>Performance</i> Pelanggan	74
2. Daya Beli Pelanggan	74
3. Frekuensi Perawatan	75
 BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 76
A. Karakteristik Responden.....	76
1. Umur Responden.....	76
2. Pekerjaan Responden	77
3. Lama Berlangganan	78
B. Hasil Penelitian	78
1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	78
a. Variabel Citra Perusahaan	78
b. Variabel Kualitas Pelayanan	90
c. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	102
d. Variabel Loyalitas Pelanggan	105



2. Analisis Statistik	113
a. Analisis Statistik Deskriptif.....	113
b. Uji Hipotesis	118
C. Pembahasan.....	127
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	135
A. Kesimpulan	135
B. Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	51
Tabel 2. Hasil Validitas Variabel Penelitian.....	59
Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur Penelitian.....	61
Tabel 4. Kuesioner Citra Perusahaan.....	64
Tabel 5. Kuesioner Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 6. Kuesioner Kepuasan Pelanggan.....	65
Tabel 7. Kuesioner Loyalitas Pelanggan.....	65
Tabel 8. Usia Responden Penelitian.....	77
Tabel 9. Pekerjaan Responden.....	77
Tabel 10. Lama Berlangganan Responden.....	78
Tabel 11. Hasil Jawaban Responden pada <i>Personality</i>	79
Tabel 12. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Personality</i>	80
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden pada <i>Reputation</i>	81
Tabel 14. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Reputation</i>	82
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden pada <i>Value</i>	83
Tabel 16. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Value</i>	84
Tabel 17. Hasil Jawaban Responden pada <i>Corporate Identity</i>	85
Tabel 18. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Corporate Identity</i>	86
Tabel 19. Rekapitulasi Skor atau Kategori Aspek-aspek pada Citra Perusahaan.....	89

Tabel 20. Hasil Jawaban Responden pada <i>Tangible</i>	90
Tabel 21. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Tangible</i>	91
Tabel 22. Hasil Jawaban Responden pada <i>Reliability</i>	92
Tabel 23. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Reliability</i>	93
Tabel 24. Hasil Jawaban Responden pada <i>Responsiveness</i>	94
Tabel 25. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Responsiveness</i>	95
Tabel 26. Hasil Jawaban Responden pada <i>Assurance</i>	95
Tabel 27. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Assurance</i>	96
Tabel 28. Hasil Jawaban Responden pada <i>Emphaty</i>	97
Tabel 29. Distribusi Nilai Data Frekuensi <i>Emphaty</i>	98
Tabel 30. Rekapitulasi Skor atau Kategori Aspek-aspek pada Kualitas Pelayanan	102
Tabel 31. Hasil Jawaban Responden pada Pelayanan yang Nyaman	102
Tabel 32. Hasil Jawaban Responden pada Penerimaan Informasi yang Lengkap dan Jelas	103
Tabel 33. Hasil Jawaban Responden pada Kepuasan terhadap Pelayanan yang Diberikan Staf, <i>Customer Service/Beautician</i>	104
Tabel 34. Hasil Jawaban Responden pada Pembelian Secara Berulang	105
Tabel 35. Distribusi Nilai Data Frekuensi Pembelian Secara Berulang	106
Tabel 36. Hasil Jawaban Responden pada Merekomendasikan ke Pihak Lain ..	107
Tabel 37. Distribusi Nilai Data Frekuensi Merekomendasikan ke Pihak Lain...	108
Tabel 38. Hasil Jawaban Responden pada Komitmen pada Perusahaan	109
Tabel 39. Distribusi Nilai Data Frekuensi Komitmen pada Perusahaan.....	110

Tabel 40. Rekapitulasi Skor atau Kategori Aspek-aspek pada Loyalitas Pelanggan	113
Tabel 41. Deskripsi Data Variabel Penelitian	114
Tabel 42. Kategorisasi Skor Angket Citra Perusahaan	115
Tabel 43. Kategorisasi Skor Angket Kualitas Pelayanan.....	116
Tabel 44. Kategorisasi Skor Angket Kepuasan Pelanggan.....	116
Tabel 45. Kategorisasi Skor Angket Loyalitas Pelanggan.....	117
Tabel 46. Hasil Uji Normalitas	118
Tabel 47. Hasil Uji Linearitas	119
Tabel 48. Hasil Uji Regresi Variabel Penelitian	121
Tabel 49. Hasil Uji Regresi Variabel Penelitian	123
Tabel 50. Hasil Uji Regresi Variabel Penelitian	124
Tabel 51. Hasil Uji Regresi Variabel Penelitian	125

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Paradigma Penelitian.....	39

