

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, CITRA MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK
ASURANSI KERUGIAN PT. ASURANSI UMUM MEGA

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

SKRIPSI

OLEH:

FARIDA S M SITOMPUL

2112700106



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA
MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK ASURANSI KERUGIAN PT. ASURANSI
UMUM MEGA**

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

Yang disusun untuk melengkapi sebagai persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi S-1 Manajemen SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta. Sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan dilingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Juli 2015

Farida S M Sitompul

NPK 2112700106

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA
MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK ASURANSI KERUGIAN PT. ASURANSI
UMUM MEGA**

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Sumitro, Msc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, Juli 2015

Menyetujui

Mengetahui

Pembimbing

Kepala Program Studi S-1 Manajemen

Drs. Sumitro, Msc

Drs. Budiono, Msc

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA
MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK ASURANSI KERUGIAN PT. ASURANSI
UMUM MEGA**

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

Telah diuji dalam suatusi dan skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 26 Agustus 2015 dengan nilai A

PanitiaUjianSkripsi

1. : Drs. Budiono, Msc(Ketua)
2. : Drs. Sumitro, Msc(Sekretaris)
3. : Drs. Sumitro, Msc (Pembimbing)
4. : Drs. Soedarmadji, M.Sc
5. : Drs. Iskandar Z Alwi, MM

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah atas berkat karuniaNya asehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Sumitro, Msc, atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini, juga selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
3. Bapak Drs. Budiono, Msc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI)
4. Segenap Dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
5. Ayah, Ibu, Kakak dan Adik yang selalu memberikan dukungan moril dan materiil.
6. Semua saudara dan teman – temannya yang sudah turut mendukung dalam penyelesaian penelitian ini.
7. Ibu Viva Sonthyana dan seluruh tertanggung PT. Asuransi Umum Mega yang telah banyak membantu dalam memperoleh data penelitian yang diperlukan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan / kelemahan .Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2015

Farida S M Sitompul

NPK 2112700106

Farida S M Sitompul

NPK 2112700106

Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing

Drs. Sumitro, Msc

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, CITRA
MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK ASURANSI KERUGIAN PT.**

ASURANSI UMUM MEGA

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat keeratan dan signifikansi hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli. Populasi penelitian adalah sebesar 86 tertanggung PT. Asuransi Umum Mega dimana tertanggung tersebut merupakan karyawan CT Corpora, dalam penelitian ini menggunakan sampel dengan tingkat kesalahan 10% (77 orang), pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan diukur dengan skala likert. Metode pengolahan data menggunakan Software SPSS 19.0, dan analisis data yang digunakan analisis koefisien korelasi parsial dan berganda serta pengujian hipotesis.

Hasil perhitungan korelasi X_1 (kualitas produk) dengan Y (minat beli) sebesar 0.138, yang berarti hubungan antara kualitas produk dengan minat beli adalah sangat lemah dengan hubungan yang bersifat positif dan searah. Korelasi parsial X_2 (kualitas pelayanan) dengan Y (minat beli) sebesar 0.326 yang berarti hubungan antara kualitas pelayanan dengan minat beli adalah lemah dengan hubungan yang bersifat positif dan searah. Korelasi parsial X_3 (citra merek) dengan Y (minat beli) sebesar 0.230 yang berarti hubungan antara citra merek dengan minat beli adalah lemah dengan hubungan yang bersifat positif dan searah. Korelasi berganda antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek dengan minat beli sebesar 0.547, yang berarti memiliki hubungan yang sedang dengan hubungan yang bersifat positif dan signifikan (searah). Hasil tersebut menunjukkan jika kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terlaksana dengan baik maka mengalami peningkatan maka minat beli meningkat, begitu juga sebaliknya jika tidak terlaksana dengan baik maka mengalami penurunan maka minat beli menurun. Hasil pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dengan $\alpha = 5\%$, menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan (searah) antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, citra merek, minat beli

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK SKRIPSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.1.2. Rumusan masalah penelitian	4
1.1.3. Spesifikasi masalah penelitian	4
1.2. Kerangka teori.....	4
1.2.1. Identifikasi variabel – variabel penelitian	4

1.2.2. Uraian konseptual tentang variabel	5
1.2.3. Hipotesa	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1. Tujuan penelitian	7
1.3.2. Kegunaan penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Review Hasil – hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kualitas Produk	11
2.2.1. Pengertian kualitas	11
2.2.2. Pengertian produk	12
2.2.3. Kualitas produk.....	13
2.3. Kualitas Pelayanan	15
2.3.1. Pengertian pelayanan	15
2.3.2. Pengertian kualitas pelayanan.....	15
2.3.3. Dimensi kualitas pelayanan	16
2.4. Citra Merek	18
2.4.1. Pengertian merek	18
2.4.2. Manfaat merek	20
2.4.3. Membangun merek yang kuat	21
2.4.4. Pengertian citra merek	23
2.4.5. Pengukuran citra merek	24
2.5. Minat Beli Konsumen	24
2.5.1. Pengertian minat	24
2.5.2. Pengertian minat beli	25
2.5.3. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli.....	25
2.5.4. Indikator minat beli.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27

3.2. Strategi Penelitian	27
3.2.1. Strategi penelitian	27
3.2.2. Metode penelitian.....	27
3.3. Jenis dan Sumber Data	28
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.4.1. Populasi penelitian	28
3.4.2. Sampel penelitian.....	29
3.5. Unit – Unit Analisis Penelitian	30
3.6. Metode Pengumpulan Data	31
3.6.1. Pengujian Instrumen	34
3.6.2. Uji validitas instrumen.....	34
3.6.3. Uji reliabilitas.....	34
3.7. Metode Analisis Data.....	35
3.7.1. Analisi korelasi	35
3.7.1.1. Analisis korelasi parsial	35
3.7.1.2. Analisis korelasi simultan.....	36
3.8. Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL – HASIL PENELITIAN	40
4.1. Deskripsi Perusahaan	40
4.2. Deskripsi Data	42
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	44
4.3.1. Uji Validitas	44
4.3.2. Uji reliabilitas.....	46
4.4. Analisis Statistik Data	47
4.4.1. Analisis koefisien korelasi parsial	47
4.4.2. Analisis koefisien korelasi simultan.....	48
4.4.3. Uji Hipotesis	48

BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
	5.1. Kesimpulan	51
	5.2. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Alternatif jawaban responden.....	32
Tabel 3.2. Indikator Penilaian	33
Tabel 3.3. Interpretasi koefisien korelasi.....	37
Tabel 4.1. Validitas Variabel kualitas produk (X_1)	45
Tabel 4.2. Validitas Variabel kualitas pelayanan (X_2)	45
Tabel 4.3. Validitas Variabel citra merek (X_3)	46
Tabel 4.4. Validitas Variabel minat beli (Y)	46
Tabel 4.5. Hasil uji reliabilitas variabel – variabel.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 4.1. Diagram skala likert X_1 (kualita sproduk)	43
Tabel 4.2. Diagram skala likert X_2 (kualitas pelayanan)	43
Tabel 4.3. Diagram skala likert X_3 (citra merek)	44
Tabel 4.4. Diagram skala likert Y (minat beli)	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Struktur Organisasi	58
Lampiran 3. Data tabulasi skor variable kualitas produk (X_1)	59
Lampiran 4. Uji Validitas variable kualitas produk (X_1)	62
Lampiran 5. Data tabulasi skor variable kualitas pelayanan (X_2)	63
Lampiran 6. Uji Validitas variable kualitas pelayanan (X_2)	66
Lampiran 7. Data tabulasi skor variable citra merek (X_3)	67
Lampiran 8. Uji Validitas variable citra merek (X_3)	70
Lampiran 9. Data tabulasi skor variable minat beli (Y).....	71
Lampiran 10. Uji Validitas variable minat beli (Y).....	74
Lampiran 11. Data reliabilitas variable kualitas produk (X_1)	75
Lampiran 12. Hasil uji reliabilitas variable kualitas produk (X_1)	77
Lampiran 13. Data reliabilitas variable kualitas pelayanan (X_2)	78
Lampiran 14. Hasil uji reliabilitas variable kualitas pelayanan(X_2)	80
Lampiran 15. Data reliabilitas variable citra merek(X_3)	81
Lampiran 16. Hasil uji reliabilitas variable citra merek(X_3)	83
Lampiran 17. Data reliabilitas variable minat beli (Y).....	84

Lampiran 18. Hasil uji reliabilitas variable minat beli (Y).....	86
Lampiran 19. Hasil total per variabel.....	87
Lampiran 20. Hasil uji korelasi parsial.....	89
Lampiran 21. Hasil uji korelasi berganda.....	90

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, CITRA MEREK DENGAN MINAT BELI PRODUK
ASURANSI KERUGIAN PT. ASURANSI UMUM MEGA

(Studi kasus karyawan CT Corpora)

SKRIPSI

OLEH:

FARIDA S M SITOMPUL

2112700106



PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2015