

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PT MNC SKY VISION**

(STUDI KASUS : YANG MENGGUNAKAN INDOVISION DI JAKARTA BARAT)

**SKRIPSI**

**Program Studi Manajemen**



**OLEH :**

**NAMA : RUDY HARTANTO**

**NIM : 041101503125107**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DI PT MNC SKY VISION**

(STUDI KASUS : YANG MENGGUNAKAN INDOVISION DI JAKARTA BARAT)

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
SARJANA EKONOMI  
Program Studi Manajemen – Strata 1**



**OLEH :**

**NAMA : RUDY HARTANTO**

**NIM : 041101503125107**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2016**

## ABSTRAK

Bisnis parabola TV satelit semakin banyak. Mereknya semakin beragam, channel yang ditawarkan pun semakin banyak, mereka berlomba-lomba untuk memberikan penawaran pilihan saluran TV yang beraneka ragam dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat. Sehingga tidak heran jika jumlah pelanggan TV kabel pun meningkat setiap tahunnya. Dalam penelitian ini penulis ingin membahas pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pelanggan indovision di jakarta barat). Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Konsumen yang menggunakan indovision di daerah jakarta barat. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Probability Sampling (purposive sampling)* dengan Rumus Slovin, karena jumlah populasi dalam penelitian ini diketahui dengan pasti. Instrument dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan jumlah reponden sebanyak 94 orang. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan uji instrument (Validitas dan Reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolonieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi) analisis korelasi, analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji t (secara parsial), uji f (secara simultan) dan determinasi  $R^2$ . Uji t (secara parsial) diperoleh bahwa variabel kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pada Uji f (secara simultan) secara bersama-sama (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada uji determinasi  $R^2$  pengaruh variabel bebas hanya 34,3%, artinya ketiga variabel independent (kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 65,7% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci :Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan,Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

*Business Odu satellite TV more and more. Brand increasingly diverse, channel to offer even more, they are competing to provide offers of TV channels diverse at an affordable price by the public. So do not be surprised if the number of cable TV subscribers increased every year. In this study the authors wanted to discuss the effect of product quality, service quality, and brand image of the customer satisfaction (customer case study indovision dijakarta west). The population in this study is a whole Consumers who use indovision in West Jakarta area. The sampling technique in this research is to use Probability Sampling (purposive sampling) with the formula Slovin, because the population in this study is uncertain. Instrument in this study using a questionnaire with a number of respondents as many as 94 people. Analysis techniques in this study using a test instrument (Validity and Reliability), classic assumption test (test for normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation) correlation analysis, descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t test (partially), test f (in Simultaneous) and determination R<sup>2</sup> . t test (partially) showed that the variable quality of the product and the brand image of the partial positive effect on customer satisfaction. While the partial service quality variable has no effect on customer satisfaction. f test (simultaneously) together (product quality, service quality and brand image) has an influence on purchasing decisions. In the test of determination R<sup>2</sup> independent variables is only 34.3%, meaning that the three independent variable (product quality, service quality and brand image) effect on customer satisfaction. While the remaining 65.7% is explained by other variables.*

*Key words: Product Quality, Service Quality, Brand Image and Customer Satisfaction*

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Penulis

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan sarjana ekonomi pada Universitas Satya Negara Indonesia.

2. Bagi Instansi / Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi industry tv berlangganan berbayar untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra merek terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pembaca (Orang Lain)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan melengkapi penelitian mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra merek terhadap kepuasan pelanggan yang sudah ada.

