

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi Kasus Pada Fusion Batik Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :
Mochamad Machfutdin
NIM. 08408141030
(Konsentrasi Pemasaran)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2012**

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Fusion Batik Yogyakarta)”** yang disusun oleh Mochamad Machfutdin, NIM 08408141030 ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diujikan.



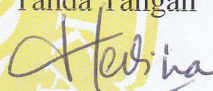
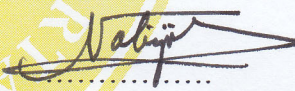
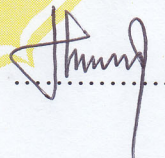
Yogyakarta, 12 September 2012

Pembimbing

Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M. Pd
NIP. 19520108 197803 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Perusahaan**” (Studi Kasus Pada Fusion Batik Yogyakarta)” yang disusun oleh Mochamad Machfutdin, NIM 08408141030 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 5 Oktober 2012 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI			
Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dyna Herlina S.,M.Sc	Ketua Penguji		16-10-2012
Dr. Nahiyah Jaidi F., M.Pd	Sekretaris Penguji		16/10-12.
M. Lies Endarwati, M.Si	Penguji Utama		17/10-2012

Yogyakarta, 18 Oktober 2012

Fakultas Ekonomi

Dekan



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP 19550328 198303 1 002

SURAT PERNYATAAN

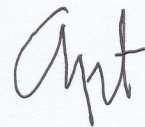
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mochamad Machfutdin
NIM : 08408141030
Program Studi / Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK,
KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP CITRA PERUSAHAAN (STUDI
KASUS PADA FUSION BATIK YOGYAKARTA)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar – benar karya saya sendiri.
Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis
atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti
tata penulisan ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 3 September 2012

Yang Menyatakan



Mochamad Machfutdin
NIM. 08408141030

HALAMAN MOTTO

“Kunci menjadi orang sukses, mempermudah orang lain, lebih baik menunggu dari pada ditunggu dan singkirkan benda – benda yang membahayakan terhadap keselamatan orang lain”

(Nuriyanto / Orang Tua)

“Ada dua hal yang mendampingi kesuksesan atau keberhasilan seseorang yakni, masalah dan perjuangan”

(Penulis)

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(H.R Abu Hurairah)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecil ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, semoga ini salah satu langkah awal untuk dapat membahagiakan Bapak dan Ibu.

Karya kecil ini saya bingkiskan untuk :

1. Kakak – kakakku : Endhin Effendi dan Evy.
2. Adikku : Rismawati.
3. Keponakanku : Nely.
4. Keluarga besar Sabangi dan Sutris.
5. Keluarga besar Hasto.
6. Dinda Puspita Sari, terimakasih untuk dukungannya selama ini.
7. Teman – teman Manajemen Angkatan 2008 kelas A.
8. Teman – teman KKN saya (Agus, Agung, Maulvi, Andri, Pipit, Ayun, Ika, Intan dan Alima).
9. Teman – teman pejuang kelulusan.
10. Almamater.

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
DAN PROMOSI TERHADAP CITRA PERUSAHAAN
(Studi kasus pada Fusion Batik Yogyakarta)**

**Oleh :
Mochamad Machfutdin
08408141030**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh citra merek terhadap citra perusahaan. (2) Pengaruh kualitas produk terhadap citra perusahaan. (3) Pengaruh promosi terhadap citra perusahaan. (4) Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama – sama terhadap citra perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Fusion Batik Yogyakarta, pada bulan juli - agustus tahun 2012. Jumlah sampel 100 orang dengan metode *convinient*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji validitas angket penelitian ini menggunakan teknik *Product Moment* yang dilanjutkan dengan *Part Whole Corellation*, dan uji reliabilitas menggunakan *Alfa Croanbach*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda yang sebelumnya telah diuji dengan 4 uji persyaratan analisis, yaitu uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Hasil analisis pada taraf signifikansi 5% dapat ditemukan: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap citra perusahaan dengan nilai F sebesar 24,806, nilai koefisien regresi (*b*) sebesar 0,332 dan R^2 sebesar 0,202 dengan persamaan regresi $Y = 8,628 + 0,332X_1$. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap citra perusahaan dengan nilai F sebesar 83,620, nilai koefisien regresi (*b*) sebesar 0,464 dan R^2 sebesar 0,460 dengan persamaan regresi $Y = 6,723 + 0,464X_2$. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap citra perusahaan dengan nilai F sebesar 31,961, nilai koefisien regresi (*b*) sebesar 0,279 dan R^2 sebesar 0,246 dengan persamaan regresi $Y = 12,049 + 0,279X_3$. (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama - sama terhadap citra perusahaan dengan nilai F sebesar 34,737, nilai koefisien regresi (*b*) sebesar 0,138, 0,329 dan 0,126 dan R^2 sebesar 0,521 dengan persamaan regresi $Y = 3,118 + 0,138X_1 + 0,329X_2 + 0,126X_3$. Sumbangan efektif variabel citra merek yaitu sebesar 8,4%, variabel kualitas produk sebesar 32,6%, dan variabel promosi sebesar 11,1%.

Kata kunci: Citra merek, kualitas produk, promosi, dan citra perusahaan.

KATA PENGANTAR

Syukur *Alhamdulillah*, atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus Pada Fusion Batik Yogyakarta)”, dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Ekonomi.

Peneliti menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

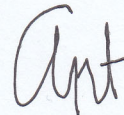
1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor UNY yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Sugiharsono M.Si, Dekan FE UNY atas izin yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Naning Margasari, M.Si, M.BA, Ketua Jurusan Manajemen FE UNY yang telah memberikan ilmu dan izin untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Nahiyah Jaidi Faraz, M. Pd., selaku Dosen Pembimbing sekaligus sebagai sekretaris penguji yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. M. Lies Endarwati, M.Si, selaku Narasumber dan Penguji Utama yang telah memberikan ilmu, bimbingan, pengarahan dan bersedia menjadi penguji sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Dyna Herlina S.,M.Sc, selaku Ketua penguji yang telah memberikan masukan guna penyempurnaan penulisan skripsi ini.
7. Dosen serta seluruh staf dan karyawan Jurusan Manajemen FE UNY.
8. Ristaka selaku pimpinan Fusion Batik beserta seluruh karyawan yang memberikan izin serta membantu dalam penelitian ini.
9. Ibu, bapak, kakak, serta adikku yang telah memberikan semangat, dukungan moral dan material serta doa yang tiada henti – hentinya.
10. Dinda Puspita Sari yang senantiasa memberikan kasih sayang, semangat dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua teman – teman Manajemen Angkatan 2008.
12. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dan tidak dapat saya sebutkan satu – persatu.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik sangat peneliti harapkan.

Yogyakarta, 3 September 2012

Penulis



Mochamad Machfutdin
NIM 0840814130

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR GRAFIK	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. <i>Brand</i> (Merek).....	9
2. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	11

3. Kualitas Produk	13
a. Pengertian Produk	13
b. Pengertian Kualitas Produk	14
c. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	16
4. Promosi	17
5. Citra Perusahaan	23
a. Pengertian Citra Perusahaan	23
b. Macam – macam Citra	24
c. Unsur – unsur Citra Perusahaan	25
d. Peran Citra	25
e. Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	27
B. Penelitian yang Relevan	28
C. Kerangka Pikir	29
D. Paradigma Penelitian	31
E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Desain Penelitian	33
B. Tempat dan Waktu penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel	35

E. Teknik Pengambilan Sampel	36
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Instrumen Penelitian	37
H. Uji Coba Instrumen	39
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	44
I. Teknik Analisis Data	46
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Profil Perusahaan	55
B. Deskripsi Responden	57
1. Karakteristik Responden Menurut Umur	57
2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	58
3. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	59
4. Karakteristik Responden Menurut Intensitas Memesan ...	60
C. Deskripsi Data	61
1. Citra Merek	61
2. Kualitas Produk	63
3. Promosi	64
4. Citra Perusahaan	65
D. Pengujian Prasyarat Analisis	67

1. Uji Normalitas	67
2. Uji Linieritas	68
3. Uji Multikolinieritas	69
4. Uji Heteroskedastisitas	70
E. Pengujian Hipotesis	71
F. Pembahasan	80
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Citra Perusahaan	81
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Citra Perusahaan ...	83
3. Pengaruh Promosi terhadap Citra Perusahaan.....	84
4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Citra Perusahaan	85
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	88
A. Simpulan	88
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	96

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kisi – Kisi Pertanyaan	38
2. Hasil Uji Validitas Citra Merek	41
3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	42
4. Hasil Uji Validitas Promosi	43
5. Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan	44
6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	46
7. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur Responden	58
8. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	58
9. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Responden	59
10. Deskripsi Responden Berdasarkan Intensitas Memesan Responden	60
11. Kategori Nilai Responden Variabel Citra Merek	62
12. Kategori Nilai Responden Variabel Kualitas Produk	63
13. Kategori Nilai Responden Variabel Promosi	64
14. Kategori Nilai Responden Variabel Citra Perusahaan	66
15. Rangkuman Hasil Uji Normalitas	67
16. Rangkuman Hasil Uji Linieritas	68
17. Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas	70
18. Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas	71

19. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Pertama	72
20. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Kedua	74
21. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Ketiga	75
22. Rangkuman Hasil Uji Hipotesis Keempat	77
23. Bobot Sumbangan Masing-Masing Variabel Bebas	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Proses Terbentuknya Citra Perusahaan	27
2. Paradigma Penelitian	31
3. Struktur Organisasi Fusion Batik	56

DAFTAR GRAFIK

Grafik	Halaman
1. Diagram Kategori Nilai Responden Variabel Citra Merek	62
2. Diagram Kategori Nilai Responden Variabel Kualitas Produk	63
3. Diagram Kategori Nilai Responden Variabel Promosi	65
4. Diagram Kategori Nilai Responden Variabel Citra Perusahaan	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	95
2. Data Variabel Citra Merek	99
3. Data Variabel Kualitas Produk	100
4. Data Variabel Promosi	101
5. Data Variabel Citra Perusahaan	102
6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek	103
7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	104
8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi	105
9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan	106
10. Data Penelitian	107
11. Karakteristik Responden	113
12. Perhitungan Kategorisasi	114
13. Data Kategorisasi	116
14. Hasil Deskriptif Kategorisasi	119
15. Hasil Uji Deskriptif	120
16. Hasil Uji Normalitas	121
17. Hasil Uji Linieritas	122
18. Hasil Uji Multikolinieritas	123

19. Hasil Uji Heteroskedastisitas	124
20. Hasil Uji Regresi Citra Merek Terhadap Citra Perusahaan	125
21. Hasil Uji Regresi Kualitas Produk Terhadap Citra Perusahaan	126
22. Hasil Uji Regresi Promosi Terhadap Citra Perusahaan	127
23. Hasil Uji Regresi Berganda	128
24. Bobot Sumbangan Efektif dan Relatif	129