

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN MINAT  
BELI ULANG**

*The Influence of Service Quality on Brand Image, Brand  
Trust, and Repurchase Intention*

TESIS

Diajukan Guna memenuhi Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 2  
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan Oleh:

**NURUL AZIZAH**

NIM: 20161020040

**PROGRAM STUDI DI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2019**

## **HALAMAN PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : **Nurul Azizah**

Nomor Mahasiswa : 2016102040

Program Studi : Magister Manajemen

Judul Tesis : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Minat Beli Ulang”**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Tesis yang saya ajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 2 (S2) pada program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta bebas dari tindakan plagiat dan telah disesuaikan dengan kaidah ilmiah, norma akademik dan norma hukum sesuai peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.
2. Bilamana terbukti dan terdapat tindakan plagiat maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Yogyakarta, 4 Maret 2019

Yang membuat pernyataan

**Nurul Azizah**  
**20161020040**

## **MOTTO**

*Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu  
dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk  
bagimu, Allah Maha Mengetahui sedangkan kamu tidak  
mengetahui*

**(Al Baqarah ayat 216)**

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,  
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan*

**(Asy Syarh ayat 5-6)**

Barang siapa yang melakukan perbuatan baik, ia akan mendapatkan pahala (dalam perbuatan itu) dan pahala orang yang menirunya tidak dikurangi pahalanya sedikitpun. Dan barang siapa yang melakukan perbuatan yang jelek, ia akan menanggung dosa dan orang - orang yang menirunya dengan tidak dikurangi dosanya sedikitpun

**(HR Muslim)**

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahilalamin...*

### ***Tesis ini Kupersembahkan kepada:***

*Orangtuaku tercinta, bapak Abdul aziz dan ibu Sumiatun yang dengan tulus dan sabar selalu memberikan do'a dan dukungan kepadaku..*

*Keluarga besarku adikku, nenek, kakek, tante, paman dan lainnya yang telah memberi doa dan dukungan untukku, terimakasih atas kasih dan sayang yang telah diberikan selama ini.*

*Sahabat terbaikku Nariya sulistya dan Tri Puji Rahayu yang selalu setia memberikan semangat dan dukungan.*

*Teman-temanku yg aku sayangi Ike lilis, Lola Icha sintya, rahayu dini, witri, dan teman - teman dan yang tidak bisa aku sebutkan satu-persatu.*

*Keluarga besar kost Harjosuwitan*

*Almamaterku tercinta*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada sang Murobbi Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan pengikutnya yang senantiasa istiqomah sampai akhir zaman. Alhamdulillah akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN MINAT BELI ULANG”**.

Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 2 (S2) pada Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang ingin memanfaatkannya.

Dalam penyusunan tesis ini penulis mendapat banyak masukan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Sri Atmaja P. Rosyidi, S.T., MSc.Eng., Ph.D., PE. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Arni Surwanti, M.Si. selaku ketua dan Bapak Dr. Nuryakin, SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi Pasacasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Susanto, MS dan Bapak Dr. Nuryakin, SE.,MM selaku dosen pembimbing 1 dan 2, yang telah memberikan bimbingan, masukan dan motivasi selama proses penyelesaian tesis ini.
4. Seluruh dosen dan staff Program Magister Manajemen yang ikut berperan dalam proses perkuliahan.
5. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga amal ibadah yang bapak/ibu berikan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Aamiin.

Akhirnya harapan penulis semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 4 Maret 2019

Nurul Azizah

## PDAFTAR ISI

|                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| HALAMAN JUDUL.....              | i        |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....        | ii       |
| HALAMAN PENGESAHAN.....         | iii      |
| HALAMAN PERNYATAAN.....         | iv       |
| HALAMAN MOTTO.....              | v        |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....        | vi       |
| HALAMAN KATA PENGANTAR.....     | vii      |
| HALAMAN DAFTAR ISI.....         | x        |
| HALAMAN DAFTAR TABEL.....       | xiv      |
| HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....      | xvi      |
| HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....    | xvii     |
| INTISARI.....                   | xviii    |
| <i>ABSTRACT</i> .....           | xix      |
| <br>                            |          |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>   | <b>1</b> |
| A. Latar Belakang Masalah.....  | 1        |
| B. Rumusan Masalah.....         | 7        |
| C. Tujuan Penelitian.....       | 8        |
| D. Manfaat Penelitian.....      | 8        |
| E. Originalitas Penelitian..... | 9        |



|  |               |
|--|---------------|
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                            | <b>11</b>     |
| A. Landasan Teori.....   | 11            |
| 1. <i>Grand Theory</i> .....                                   | 11            |
| 2. Kualitas Pelayanan.....                                     | 15            |
| 3. Citra Merek.....  | 23            |
| 4. Kepercayaan Merek.....                                      | 27            |
| 5. Minat Beli Ulang.....                                       | 30            |
| B. Pengembangan Hipotesa Dan Model Penelitian Empiris.....     | 35            |
| 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Merek.....       | 35            |
| 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Merek..... | 38            |
| 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....  | 42            |
| 4. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek.....        | 45            |
| 5. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....         | 48            |
| 6. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang.....   | 51            |
| C. Kerangka Pemikiran.....                                     | 55            |
| <br><b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                      | <br><b>57</b> |
| A. Objek Dan Subjek Penelitian.....                            | 57            |
| B. Jenis Data.....   | 57            |
| C. Teknik Pengambilan Populasi Dan Sampel.....                 | 58            |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....                                | 60            |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....               | 60            |

|   |           |
|---|-----------|
| F. Uji Instrumen.....   | 65        |
| 1. Uji Validitas .....  | 65        |
| 2. Uji Reliabilitas .....   | 65        |
| 3. Uji Hipotesis .....  | 66        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                | <b>71</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....                            | 71        |
| 1. Sejarah Cinema XXI.....  | 71        |
| 2. Cinema XXI Yogyakarta.....                                     | 73        |
| B. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....                          | 76        |
| 1. Rincian Pendistribusian Kuisisioner.....                       | 76        |
| 2. Karakteristik Responden .....                                  | 78        |
| 3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....                   | 86        |
| C. Proses Dan Hasil Analisis Data .....                           | 94        |
| 1. Uji Validitas .....  | 95        |
| 2. Uji Reliabilitas .....   | 104       |
| 3. Analisis Model Struktural .....                                | 107       |
| 4. Evaluasi Asumsi SEM.....                                       | 107       |
| D. Evaluasi Secara Keseluruhan.....                               | 118       |
| E. Evaluasi Model Struktural Setelah Dilakukan Seleksi Data.....  | 119       |
| F. Evaluasi Asumsi SEM Setelah Seleksi Data .....                 | 120       |
| 1. Evaluasi Kecukupan Sampel Setelah Dilakukan Seleksi Data ..... | 121       |
| 2. Evaluasi <i>Outliers</i> Setelah Dilakukan Seleksi Data.....   | 122       |
| 3. Uji Normalitas Setelah Dilakukan Seleksi Data .....            | 123       |

|  |            |
|--|------------|
| 4. Uji Kecocokan Model SEM Setelah Dilakukan Seleksi Data..... | 125        |
| G. Pengujian Hipotesis .....                                   | 131        |
| 1. Hasil Estimasi Model .....                                  | 131        |
| 2. Hasil Uji Hipotesis .....                                   | 133        |
| H. Analisis Jalur.....   | 142        |
| I. Pembahasan.....   | 145        |
| <br>   |            |
| <b>BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN .....</b>    | <b>154</b> |
| A. Simpulan .....  | 154        |
| B. Keterbatasan Penelitian.....                                | 161        |
| C. Saran .....   | 162        |
| <br>   |            |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                     | <b>164</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>170</b> |
| <b>HASIL TURNITIN .....</b>                                    | <b>208</b> |

## DAFTAR TABEL

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 2.1 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 37  |
| Tabel 2.2 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 41  |
| Tabel 2.3 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 44  |
| Tabel 2.4 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 47  |
| Tabel 2.5 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 50  |
| Tabel 2.6 Ringkasan hasil penelitian sebelumnya.....                       | 53  |
| Tabel 3.1 Definisi operasional.....  | 64  |
| Tabel 3.2 <i>goofness-of-fit indices</i> .....                             | 70  |
| Tabel 4.1 Daftar cinema XXI Yogyakarta.....                                | 75  |
| Tabel 4.2 Daftar harga tiket menonton Cinema XXI Yogyakarta.....           | 76  |
| Tabel 4.3 Rincian penyebaran kuisisioner.....                              | 77  |
| Tabel 4.4 Tabulasi silang jenis kelamin dengan usia.....                   | 79  |
| Tabel 4.5 Tabel tabulasi silang jenis kelamin dengan jenis pekerjaan ..... | 81  |
| Tabel 4.6 Tabulasi silang jenis kelamin dengan pendapatan perbulan.....    | 83  |
| Tabel 4.7 Tabulasi silang jenis kelamin dengan frekuensi menonton .....    | 84  |
| Tabel 4.8 Indeks variabel – variabel penelitian .....                      | 89  |
| Tabel 4.9 Hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan.....               | 96  |
| Tabel 4.10 Hasil uji parsial ulang variabel kualitas pelayanan.....        | 98  |
| Tabel 4.11 Hasil uji parsial variabel citra merek .....                    | 99  |
| Tabel 4.12 Hasil uji parsial ulang variabel citra merek .....              | 101 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.13 Hasil uji parsial ulang variabel kepercayaan merek..... | 102 |
| Tabel 4.14 Hasil uji parsial ulang variabel minat beli ulang.....  | 104 |
| Tabel 4.15 Hasil uji reliabilitas.....                             | 106 |
| Tabel 4.16 Hasil evaluasi <i>outlier</i> .....                     | 110 |
| Tabel 4.17 Data uji Normalitas.....                                | 112 |
| Tabel 4.18 Hasil uji <i>goodness of fit</i> .....                  | 114 |
| Tabel 4.19 Hasil uji normalitas setelah seleksi data.....          | 124 |
| Tabel 4.20 Hasil uji <i>goodness of fit</i> .....                  | 126 |
| Tabel 4.21 Hasil uji hipotesis .....                               | 132 |
| Tabel 4.22 Hasil uji pengaruh langsung.....                        | 143 |
| Tabel 4.23 Hasil uji pengaruh tidak langsung .....                 | 144 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 2.1 <i>Concept total service quality</i> .....                                | 12  |
| Gambar 2.2. Model <i>grand theory</i> .....  | 15  |
| Gambar 2.3 Model penelitian .....  | 55  |
| Gambar 4.1 Logo Cinema XXI sebelum dilakukan <i>rebranding</i> .....                 | 73  |
| Gambar 4.2. Logo Cinema XXI setelah dilakukan <i>rebranding</i> .....                | 73  |
| Gambar 4.3 Full model SEM hipotesis penelitian.....                                  | 95  |
| Gambar 4.4 Hasil uji CFA variabel kualitas pelayanan.....                            | 96  |
| Gambar 4.5 Hasil uji parsial ulang .....   | 97  |
| Gambar 4.6 Hasil uji CFA Variabel citra merek .....                                  | 99  |
| Gambar 4.7 Hasil uji parsial ulang .....   | 100 |
| Gambar 4.8 Hasil uji parsial ulang .....   | 102 |
| Gambar 4.9 Hasil uji parsial ulang .....   | 103 |
| Gambar 4.10 <i>Full model</i> SEM setelah uji validitas.....                         | 107 |
| Gambar 4.11 <i>Full model standarized SEM</i> setelah dilakukan <i>seleksi</i> ..... | 120 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian .....                            | 171 |
| Lampiran 2: Tabulasi Silang.....                                    | 176 |
| Lampiran 3: Analisis Deskriptif Variabel.....                       | 178 |
| Lampiran 4: Uji Validitas.....                                      | 186 |
| Lampiran 5: Uji Reliabilitas.....                                   | 192 |
| Lampiran 6: <i>Full Model SEM</i> .....                             | 193 |
| Lampiran 7: <i>Mahalanobis Distance</i> .....                       | 194 |
| Lampiran 8: Uji Normalitas .....                                    | 197 |
| Lampiran 9: Uji <i>Goodness Of Fit</i> .....                        | 198 |
| Lampiran 10: <i>Full Model SEM</i> Setelah Seleksi Data .....       | 199 |
| Lampiran 11: <i>Mahalanobis Distance</i> Setelah Seleksi Data ..... | 200 |
| Lampiran 12: Uji Normalitas Setelah Seleksi Data.....               | 203 |
| Lampiran 13: Uji <i>Goodness Of Fit</i> Setelah Seleksi Data.....   | 204 |
| Lampiran 14: Uji Hipotesis.....                                     | 205 |
| Lampiran 15: Uji Pengaruh Langsung .....                            | 206 |
| Lampiran 16: Uji Pengaruh Tidak Langsung .....                      | 207 |