



***CORPORATE IMAGE* SEBAGAI SATU USAHA UNTUK
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA UD. SENTRAL
DI BANYUWANGI**

***CORPORATE IMAGE AS THE EFFORT TO DEFEND THE CUSTOMER
AT UD. SENTRAL OF BANYUWANGI***

SKRIPSI

Oleh

**Very Kis Wildan
NIM 060910202101**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**



***CORPORATE IMAGE* SEBAGAI SATU USAHA UNTUK
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA UD. SENTRAL
DI BANYUWANGI**

***CORPORATE IMAGE AS THE EFFORT TO DEFEND THE CUSTOMER
AT UD. SENTRAL OF BANYUWANGI***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Srata Satu (S1)
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Oleh

**Very Kis Wildan
NIM 060910202101**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda H. Sabikis dan Ibunda Hj. Suginah tercinta yang tiada lelah memberikan do'a, kasih sayang dan pengorbanannya selama ini.
2. Saudara-saudaraku dan adik-adiku yang tak lupa memberikan semangat dan do'a dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kekasihku Husnul Amilia yang tak lupa memberikan semangat dan do'a dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

MOTTO

Orang yang efektif bukan orang yang pikirannya terpusat pada masalah, tetapi orang yang pikirannya terpusat pada peluang.

(Anonim)*

*) **Peter Drucker** - Ahli manajemen Amerika kelahiran Austria

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Very Kis Wildan

NIM : 060910202101

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "***Corporate Image Sebagai Satu Usaha Untuk Mempertahankan Pelanggan pada UD. Sentral di Banyuwangi***" adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan karya jiplakan. Kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada Perguruan Tinggi lain atau Lembaga lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 7 April 2011

Yang Menyatakan,

Very Kis Wildan

NIM 060910202101

SKRIPSI

***CORPORATE IMAGE* SEBAGAI SATU USAHA UNTUK
MEMPERTAHANKAN PELANGGAN PADA UD. SENTRAL
DI BANYUWANGI**

***CORPORATE IMAGE AS THE EFFORT TO DEFEND THE CUSTOMER
AT UD. SENTRAL OF BANYUWANGI***

Oleh:

**Very Kis Wildan
NIM 060910202101**

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : **Dr. Sasongko, M.Si**

Dosen Pembimbing Anggota : **Yuslinda Dwi Handini, S.Sos, MAB**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Corporate Image* Sebagai Satu Usaha Untuk Mempertahankan Pelanggan pada UD.Sentral di Banyuwagi” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Selasa, 07 April 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim penguji

Ketua,

Drs. Poerwanto, MA

NIP. 194907151984031002

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Sasongko, M. Si

NIP. 195704071986091001

Anggota 1,

Yuslinda DH, S.Sos., M.AB

NIP. 197909192008122001

Anggota 2,

Drs. Didik Eko Julianto, MAB

NIP . 196107001989021001

Drs. Totok Supriyanto, M. Si

NIP . 195010041977021001

Mengesahkan,

Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA

NIP 195207271981031003

RINGKASAN

***Corporate Image* Sebagai Satu Usaha Untuk Mempertahankan Pelanggan pada Usaha Dagang (UD) Sentral di Banyuwangi, Very Kis Wildan, 060910202101, 2011, 79 hlm, Program Studi Administrasi Niaga (Reguler), Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.**

Perusahaan yang ingin maju dan sukses dalam pencapaian tujuan asahanya harus mempunyai cara dalam pemasarannya terutama dalam mempengaruhi pelanggan, agar mereka membeli produk yang ditawarkan. Melalui kegiatan pemasaran perusahaan maka perusahaan akan tahu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena pelanggan selalu ingin memenuhi kebutuhannya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli suatu produk diawali adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan, maka dari itu pelanggan sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu mempertimbangkan pilihan dari beberapa produk yang tersedia di pasaran.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tipe deskriptif berdasarkan paradigma kuantitatif yang dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala atau keadaan tentang citra perusahaan pada UD. Sentral Banyuwangi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil secara *simple random sampling*. Maka kriteria sampel dalam penelitian ini adalah adalah pelanggan yang melakukan pembelian produk *furniture* tercatat dari tahun 2005 sampai tahun 2009 dan pelanggan yang berdomisili di Kabupaten Banyuwangi.

Kegiatan pelanggan untuk membeli suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat merangsang keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian. Faktor – faktor atau dimensi *corporate image* tersebut meliputi nama perusahaan, tentang desain produk, tentang variasi produk, dan tentang kualitas produk. Dari ke empat dimensi *corporate image* diatas nama perusahaan menduduki

poin tertinggi pada penilaian responden. untuk membeli suatu produk *furniture* di UD. Sentral Banyuwangi. Penilaian ini menggambarkan bahwa UD. Sentral berada pada posisi sangat baik dari nama perusahaan. Tetapi lebih baik jika ke empat dimensi *corporate image* tersebut ditingkatkan untuk menarik pelanggan dengan tidak mementingkan salah satu dari dimensi tersebut.

Hal ini mengindikasikan bahwa, *corporate image* tidak hanya menunjukkan kesan-kesan atribut individual, namun lebih kepada keseluruhan peran dan fungsi dari perusahaan. Dengan kata lain, citra perusahaan dapat dipersepsikan sebagai gambaran mental secara selektif. Karena keseluruhan kesan tentang karakteristik suatu perusahaan-lah yang nantinya akan membentuk citra perusahaan dibenak pelanggan sehingga mempengaruhi pelanggan untuk membeli suatu produk.

PRAKATA

Puji syukur yang sangat dalam penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dengan judul “*Corporate image* Sebagai Satu Usaha Untuk Mempertahankan Pelanggan pada UD. Sentral di Banyuwangi”. Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (Reguler), Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan semua pihak, atas kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Drs. Himawan Bayu P, MA, Ph.D selaku Pembantu Dekan I.
3. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Niaga sekaligus Dosen Pembimbing Utama
4. Drs. Poerwanto, MA selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga.
5. Yulsinda Dwi Handini, S. Sos, MAB selaku Dosen Pembimbing Anggota.
6. Drs. Djoko Poernomo, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta seluruh staf FISIP Universitas Jember.
8. Ibu Hj. Suginah selaku Pimpinan UD. Sentral serta karyawan bagian pemasaran UD. Sentral (terutama Mbak Aan) yang telah memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian serta sabar membantu dan memberikan data-data penelitian yang peneliti butuhkan.
9. Teman-teman Kosan Sumatra III no. 9 yang telah menemani keseharian penulis.
10. Teman-teman “ADNI 2006” semoga suatu saat kita bisa bertemu dan berkumpul lagi.

11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah ikut berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidaklah sempurna, oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran dari semua pihak. Akhirnya penulis hanya dapat berdo'a semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 7 April 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN.....	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.2 Definisi Citra.....	9
2.1.3 Pengertian Citra Perusahaan.....	11
2.1.4 Faktor-Faktor Pembentuk Citra Perusahaan.....	15

2.1.5	Pentingnya Citra Perusahaan.....	16
1.1.6	Pelanggan.....	17
1.1.7	Kepuasan pelanggan.....	17
1.1.8	Tritunggal nilai Pelanggan.....	18
1.1.9	Lima Pelajaran Dasar tentang Nilai Pelanggan.....	19
1.1.10	Merek dan Nilai.....	20
1.1.11	Membangun Hubungan dalam rangka Memaksimalkan Hubungan dengan Pelanggan.....	24
1.1.12	Kualitas.....	25
1.1.13	Persepsi Kualitas.....	26
1.1.14	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas.....	27
2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	28
2.2.1	Penelitian dalam Bentuk Skripsi.....	28

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian.....	31
3.2	Tahap Persiapan.....	31
3.3	Tahap Penentuan Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1	Populasi.....	32
3.3.2	Sampel.....	33
3.4	Tahap Pengumpulan Data.....	34
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6	Tahap Pengolaham Data.....	37
3.7	Tahap Analisis Data.....	39
3.8	Tahap Pemeriksaan Kesimpulan.....	39

BAB 4. GAMBARAN UMUM PENELITIAN

4.1	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.2	Tujuan Perusahaan.....	41
4.1.3	Lokasi Perusahaan.....	42
4.1.4	Struktur Organisasi.....	42
4.1.5	Tugas dan Wewenang Dari Masing-masing Bagian.....	43
4.1.6	Personalia Perusahaan.....	43
4.1.7	Hasil Produksi.....	46
4.1.8	Kegiatan Perusahaan.....	46
4.1.9	Kebijakan Penjualan.....	48
4.1.10	Wilayah Pemasaran.....	49
 BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN		
5.1	Hasil Penelitian.....	50
5.1.1	Karakteristik Responden.....	50
5.1.2	Produk Mebel yang Diminati Konsumen.....	53
5.1.3	Analisis Data.....	54
5.1.4	Pembahasan.....	71
 BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	77
6.2	Saran.....	78
DAFTAR BACAAN.....		79
 LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Jumlah <i>Furniture</i> yang terjual pada periode 2005-2009.....	5
1.2 Jumlah Barang yang harus di <i>service</i> karena mengalami kerusakan pada periode 2005-2009.....	5
2.1 Dasar-dasar Nilai Pelanggan.....	20
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	28
3.1 Jumlah Sampel pelanggan UD.Sentral Banyuwangi tercatat tahun 2009	33
3.2 Perolehan Data.....	38
4.1 Daftar Jumlah Tenaga Kerja Langsung UD. Sentral.....	44
4.2 Jumlah Tenaga Kerja Langsung UD. Sentral.....	45
5.1 Karakteristik Responden UD. Sentral berdasarkan jenis kelamin.....	50
5.2 Karakteristik Responden UD Sentral berdasarkan usia.....	51
5.3 Karakteristik Responden UD Sentral berdasarkan tingkat pendidikan	51
5.4 Karakteristik Responden UD Sentral berdasarkan jenis pekerjaan.....	52
5.5 Karakteristik Responden UD Sentral berdasarkan tingkat penghasilan	52
5.6 Kategori Penilaian.....	55
5.7 Pendapat Responden tentang Nama Perusahaan.....	55
5.8 Pendapat Responden tentang Desain Produk.....	57
5.9 Pendapat Responden tentang Variasi Produk.....	58
5.10 Pendapat Responden tentang Kinerja Produk.....	60

5.11	Pendapat Responden tentang <i>feature</i> Produk.....	61
5.12	Pendapat Responden tentang keandalan Produk.....	63
5.13	Pendapat Responden tentang kesesuaian Produk.....	64
5.14	Pendapat Responden tentang Daya Tahan Produk.....	66
5.15	Pendapat Responden tentang Kemudahan Perbaikan Produk.....	67
5.16	Pendapat Responden tentang Keindahan Produk.....	68
5.17	Pendapat Responden tentang Kualitas Produk.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1	Proses Terbentuknya Citra Perusahaan Sumber: Hawkins <i>et all</i> (2000) 14
2.2	Komponen-komponen nilai pelanggan. Sumber: Tandjung (2004:28)... 24
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan UD.Sentral..... 42
4.2	Bentuk Distribusi Pada UD. Sentral..... 48
5.1	Produk Mebel yang Diminati Konsumen..... 53
5.2	Pendapat responden tentang Nama perusahaan..... 56
5.3	Pendapat Responden tentang Desain Produk..... 57
5.4	Pendapat Responden tentang Variasi Produk..... 59
5.5	Pendapat Responden tentang Kinerja Produk..... 60
5.5	Pendapat Responden tentang Kinerja Produk..... 62
5.7	Pendapat Responden tentang keandalan produk..... 63
5.8	Pendapat Responden tentang keandalan produk..... 64
5.9	Pendapat Responden tentang keandalan produk..... 66
5.10	Pendapat Responden tentang kemudahan perbaikan produk..... 68
5.11	Pendapat Responden tentang keindahan produk..... 69
5.12	Pendapat Responden tentang persepsi terhadap kualitas produk..... 70

5.13	Pendapat Responden tentang <i>Corporate Image</i> suatu perusahaan	
	UD Sentral Banyuwangi sebelum dimasukkan aspek kualitas.....	74
5.14	Pendapat Responden tentang <i>kualitas produk</i> suatu perusahaan	
	UD Sentral Banyuwangi.....	74
5.15	Pendapat Responden tentang <i>Corporate Image</i> suatu perusahaan	
	UD Sentral Banyuwangi setelah dimasukkan aspek kualitas produk...	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Koesioner Penelitian.....	79
B. Pedoman Wawancara.....	81
C. Kerangka Sampling Pelanggan UD. Sentral Banyuwangi.....	82
D. Penilaian 100 responden terhadap <i>Corporate Image</i> UD Sentral di Kabupaten Banyuwangi tahun 2010.....	85
E. Data Poduk <i>furniture</i> yang diminati konsumen.....	87
F. Surat permohonan ijin melaksanakan Penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas Jember.....	89
G. Surat Keterangan telah melaksanakan Penelitian di UD. Sentral Banyuwangi.....	90
H. Surat Ijin Usaha Perdagangan UD. Sentral Banyuwangi.....	91
I. Foto – foto Dokumentasi.....	92