

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA TAKSI BLUE BIRD  
DI SURABAYA.**



**OLEH:**

**ALEX PRIYONO**

**3103014306**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

**HALAMAN JUDUL**

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA TAKSI BLUE BIRD  
DI SURABAYA.**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

Oleh:

ALEX PRIYONO

3103014306

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA TAKSI BLUE BIRD  
DI SURABAYA.**

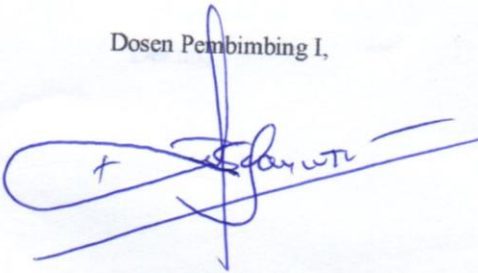
Oleh:

ALEX PRIYONO

3103014306

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji Sidang Akhir

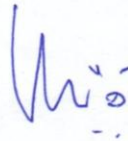
Dosen Pembimbing I,



Dr. A.Y. Yan Wellyan T.P., M.Si

Tanggal: 12 JANUARI 2018

Dosen Pembimbing II,



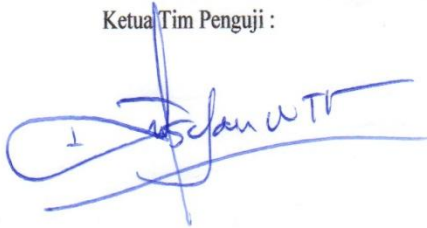
Maria Mia SE., MM

Tanggal: 12 JANUARI 2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Alex Priyono dengan NRP 3103014306  
Telah diuji pada tanggal 23 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji :



Dr. A.Y. Yan Wellyan T.P., M.Si

NIK. 311.97.0285

Mengetahui :



Dekan

Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H, S.E., M.Sc

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alex Priyono

NRP : 3103014306

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Relationship Quality* dan  
*Corporate Image* Terhadap *Customer Satisfaction*  
dan *Customer Loyalty* Pada Taksi Blue Bird di  
Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya saya, dan apabila jika terbukti saya melakukan plagiat, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademis sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 12 Januari 2018

Yang menyatakan,



Alex Priyono

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Analisis Pengaruh *Relationship Quality* dan *Corporate Image* Terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pada Taksi Blue Bird di Surabaya”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, S.E., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis – Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. A.Y. Yan Wellyan T.P., M.Si sebagai dosen pembimbing 1 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu Maria Mia SE., MM sebagai dosen pembimbing 2 yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Segenap dosen yang terhormat yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis berkuliah selama ini.
6. Kedua orang tua dan kakak saya yang selalu mendukung, memberikan semangat dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu.
7. Sahabat-sahabat yang luar biasa: S-People, AG4WM, DNR22A.
8. Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik, teman KESUMA 2015-2016, teman seperjuangan penulisan Tugas Akhir: Jessica Angelina, Malvin Hendrawan, Ricky Ardiantoro, Okkynata, Stella Lucia, David U, Maria Yosefina, Veronica, Yunike Agustin, Stefan, Irene, Ishac Taufan), teman-teman rumpun *marketing* angkatan 2014 yang selalu telah membagikan pengalaman serta pengetahuan kepada penulis selama berkuliah.
9. Kakak angkatan 2013, Viviane Sherly, Priscilla Clara Cornelia, Ade Ayu Anantasya, Aluysius Maria, Thernadi Atmajaya, Ardi Kurniawan Halim, Hermawan Wibisono, Silvia Ernita yang membimbing dan memberi nasehat selama penulis berkuliah serta melakukan penulisan tugas akhir.
10. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 12 Januari 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                                  | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                                                              | i       |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                                        | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                         | iii     |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN<br>PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH ..... | iv      |
| KATA PENGANTAR .....                                                             | v       |
| DAFTAR ISI .....                                                                 | vii     |
| DAFTAR TABEL .....                                                               | xi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                              | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                            | xiii    |
| ABSTRAK .....                                                                    | xiv     |
| ABSTRACT .....                                                                   | xv      |
| BAB 1. PENDAHULUAN .....                                                         | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                              | 1       |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                        | 6       |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                      | 7       |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                                     | 7       |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                                                  | 8       |
| BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....                                                | 10      |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                                   | 10      |
| 2.2 Landasan Teori .....                                                         | 11      |
| 2.2.1 <i>Relationship Quality</i> .....                                          | 11      |
| 2.2.2 <i>Corporate Image</i> .....                                               | 13      |
| 2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....                                         | 16      |
| 2.2.4 <i>Customer Loyalty</i> .....                                              | 20      |



|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.3 Hubungan Antar Variabel .....                                                                                      | 21 |
| 2.3.1 Pengaruh <i>relationship quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                      | 21 |
| 2.3.2 Pengaruh <i>relationship quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> ..... | 22 |
| 2.3.3 Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> .....      | 22 |
| 2.3.4 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                     | 23 |
| 2.3.5 Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                           | 23 |
| 2.4 Kerangka Konseptual.....                                                                                           | 24 |
| 2.5 Hipotesis .....                                                                                                    | 24 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN.....                                                                                          | 26 |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                                                                            | 26 |
| 3.2 Identifikasi Variabel .....                                                                                        | 26 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel .....                                                                                | 27 |
| 3.3.1 <i>Relationship Quality</i> .....                                                                                | 27 |
| 3.3.2 <i>Corporate Image</i> .....                                                                                     | 28 |
| 3.3.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....                                                                               | 29 |
| 3.3.4 <i>Customer Loyalty</i> .....                                                                                    | 30 |
| 3.4 Pengukuran Variabel.....                                                                                           | 31 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data.....                                                                                         | 31 |
| 3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....                                                                             | 32 |
| 3.7 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..                                                                  | 33 |
| 3.8 Teknik Analisis Data .....                                                                                         | 34 |
| 3.8.1 Uji Normalitas Data.....                                                                                         | 34 |
| 3.8.2 Uji Validitas.....                                                                                               | 34 |

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.8.3 Uji Reliabilitas .....                                              | 35 |
| 3.8.4 Uji Kecocokan Model Struktural.....                                 | 35 |
| 3.8.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....                                | 36 |
| 3.8.6 Uji Hipotesis .....                                                 | 37 |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....                                      | 38 |
| 4.1 Sampel Penelitian .....                                               | 38 |
| 4.2 Karakteristik Responden .....                                         | 38 |
| 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....                             | 38 |
| 4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....                                 | 38 |
| 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Penggunaan .....                          | 38 |
| 4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....                       | 39 |
| 4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan .....                          | 39 |
| 4.3 Deskripsi Data .....                                                  | 40 |
| 4.3.1 Nilai Rata-rata Variabel <i>Relationship Quality</i><br>(RQ).....   | 40 |
| 4.3.2 Nilai Rata-rata Variabel <i>Corporate Image</i><br>(CI).....        | 41 |
| 4.3.3 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i><br>(CS) ..... | 42 |
| 4.3.4 Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Loyalty</i><br>(CL) .....      | 42 |
| 4.4 Analisis Data SEM .....                                               | 43 |
| 4.4.1 Uji Normalitas.....                                                 | 43 |
| 4.4.2 Uji Validitas.....                                                  | 44 |
| 4.4.3 Uji Reliabilitas .....                                              | 46 |
| 4.4.4 Uji Kecocokan Model Struktural.....                                 | 48 |
| 4.4.5 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....                                | 50 |
| 4.4.6 Uji Hipotesis .....                                                 | 51 |

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.5 Pembahasan.....                                                                                                    | 52 |
| 4.5.1 Pengaruh <i>relationship quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                      | 52 |
| 4.5.2 Pengaruh <i>relationship quality</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> ..... | 52 |
| 4.5.3 Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap <i>customer loyalty</i> melalui <i>customer satisfaction</i> .....      | 53 |
| 4.5.4 Pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                     | 53 |
| 4.5.5 Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap <i>customer loyalty</i> .....                                           | 54 |
| BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN .....                                                                                        | 55 |
| 5.1 Simpulan .....                                                                                                     | 55 |
| 5.2 Saran .....                                                                                                        | 57 |
| 5.2.1 Saran Teoritis.....                                                                                              | 57 |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                                                                              | 57 |

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Halaman

|            |                                                                                                                                        |    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Data Potensi Taksi di Surabaya Tahun 2014 .....                                                                                        | 2  |
| Tabel 2.1  | Daftar Penelitian Terdahulu.....                                                                                                       | 10 |
| Tabel 3.1  | Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....                                                                                                  | 37 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                                          | 39 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan .....                                                                                      | 39 |
| Tabel 4.3  | Interval Rata-rata Variabel Penelitian .....                                                                                           | 40 |
| Tabel 4.4  | Nilai Rata-rata Variabel <i>Relationship Quality</i> (RQ)....                                                                          | 40 |
| Tabel 4.5  | Nilai Rata-rata Variabel <i>Corporate Image</i> (CI) .....                                                                             | 41 |
| Tabel 4.6  | Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfacton</i> (CS) ...                                                                          | 42 |
| Tabel 4.7  | Nilai Rata-rata Variabel <i>Customer Loyalty</i> (CL) .....                                                                            | 42 |
| Tabel 4.8  | Hasil <i>Univariate Normality</i> .....                                                                                                | 43 |
| Tabel 4.9  | Hasil <i>Multivariate Normality</i> .....                                                                                              | 44 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Validitas.....                                                                                                               | 45 |
| Tabel 4.11 | Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> RQ .....                                                                            | 46 |
| Tabel 4.12 | Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CI.....                                                                             | 46 |
| Tabel 4.13 | Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CS.....                                                                             | 47 |
| Tabel 4.14 | Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability</i> CL.....                                                                             | 47 |
| Tabel 4.15 | Persamaan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Relationship Quality</i> dan <i>Corporate Image</i> .....                             | 48 |
| Tabel 4.16 | Persamaan <i>Customer Loyalty</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> , <i>Relationship Quality</i> , dan <i>Corporate Image</i> ..... | 49 |
| Tabel 4.17 | Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....                                                                                                  | 50 |
| Tabel 4.18 | Hasil Uji Kecocokan Hipotesis .....                                                                                                    | 51 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual ..... | 24      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|             |                                                                 |
|-------------|-----------------------------------------------------------------|
| Lampiran 1  | Kuisisioner                                                     |
| Lampiran 2  | Karakteristik Responden                                         |
| Lampiran 3a | Jawaban Responden tentang Variabel <i>Relationship Quality</i>  |
| Lampiran 3b | Jawaban Responden tentang Variabel <i>Corporate Image</i>       |
| Lampiran 3c | Jawaban Responden tentang Variabel <i>Customer Satisfaction</i> |
| Lampiran 3d | Jawaban Responden tentang Variabel <i>Customer Loyalty</i>      |
| Lampiran 4  | Frekuensi Karakteristik Responden                               |
| Lampiran 5  | Uji Normalitas                                                  |
| Lampiran 6  | Output CFA (Validitas)                                          |
| Lampiran 7  | Uji Validitas                                                   |
| Lampiran 8  | Uji Reliabilitas                                                |
| Lampiran 9  | Output SEM                                                      |

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY*  
PADA TAKSI BLUE BIRD  
DI SURABAYA.**

**ABSTRAK**

Di dalam setiap bisnis pastilah ada persaingan, tak terkecuali di bisnis penyedia transportasi taksi. Blue Bird merupakan salah satu penyedia layanan jasa taksi yang dapat bertahan dalam persaingan *offline* maupun *online*. Cara yang dilakukan manajemen Blue Bird adalah dengan hubungan yang dibangun dengan baik dan citra perusahaan yang dibangun dengan baik agar menghasilkan kepuasan pelanggan taksi Blue Bird di Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara *Relationship Quality* dan *Corporate Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada taksi Blue Bird di Surabaya. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden pengguna taksi Blue Bird di Surabaya. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Relationship Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Corporate Image* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*, serta *Relationship Quality* dan *Corporate Image* berpengaruh secara signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Relationship Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

**ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY DAN  
CORPORATE IMAGE TERHADAP CUSTOMER  
SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY  
PADA TAKSI BLUE BIRD  
DI SURABAYA.**

**ABSTRACT**

*In every business there must be competition, not least in the business of taxi providers. Blue Bird is one of the providers of taxi services that can survive in the offline dan online competition. The way the Blue Bird management is done is with well-built relationships and a well-built corporate image to generate Blue Bird taxi customer satisfaction in Surabaya.*

*This study aims to determine the fall between Relationship Quality and Corporate Image to Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Blue Bird Taxi in Surabaya. This research uses causal research. Sampling technique using simple random sampling by purposive sampling. The sample used is 150 respondents of Blue Bird taxi users in Surabaya. The data collection tool used is questionnaire. Data analysis technique used is Structural Equation Model by using LISREL program.*

*The result of this research stated that Relationship Quality significantly influence Customer Loyalty, Corporate Image significantly influence Customer Loyalty, Customer Satisfaction significantly influence Customer Loyalty, and Relationship Quality and Corporate Image significantly influence Customer Loyalty through Customer Satisfaction.*

**Keywords: Relationship Quality, Corporate Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**