

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION *CUSTOMER LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE* PADA
TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA



OLEH :

SUCAHYO

3103011291

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION CUSTOMER LOYALTY DAN *BRAND IMAGE* 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:

SUCAHYO
3103011291

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* *CUSTOMER LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE* PADA
TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA**

Oleh:

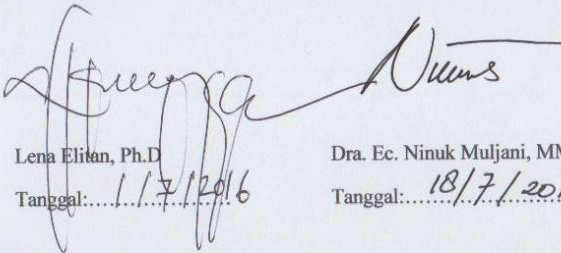
Sucahyo

3103011291

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Lena Elitan, Ph.D

Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM

Tanggal: 11/7/2016

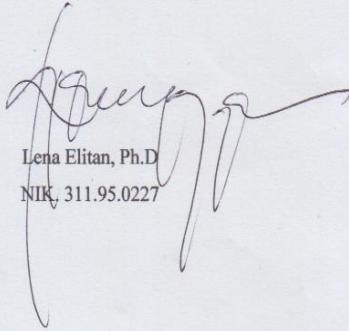
Tanggal: 18/7/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Sucahyo, NRP. 3103011291

Telah diuji pada tanggal 12 Agustus 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Lena Elitan, Ph.D
NIK. 311.95.0227

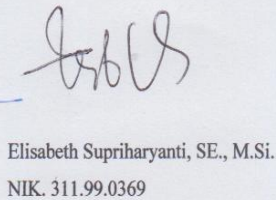
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.
NIK. 311.99.0369

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sucahyo

NRP : 3103011291

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*
Customer Loyalty dan *Brand Image* pada Taksi Blue Bird
di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarisme*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Agustus 2016



Sucahyo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas semua anugerah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* dan *Brand Image* pada Taksi Blue Bird di Surabaya”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penelitian ini, peneliti menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi., SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Cristofera Marliana Junaedi, SE., Msi., selaku dosen wali yang membimbing dan memberi saran arahan dalam menimba ilmu di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Ibu Lena Ellitan, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM selaku Dosen Pembimbing II atas segala waktu yang telah diberikan kepada penulis selama bimbingan dari awal hingga akhir terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)., Bapak Hendro Susanto, SE., MM., dan seluruh dosen rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, untuk ilmu dan pengalaman yang sudah diberikan kepada penulis.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen yang telah membagikan pengalaman, pengetahuan, serta wawasan hingga diperoleh bekal dalam pembuatan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada kedua orang tua, kakak, dan sepupu saya sudah memberi dukungan dalam moral dan materiil serta doa bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Terima kasih khusus untuk teman saya, Aryanatha Wahyu Tejalengkara yang selalu mendukung dan memberi arahan bagi penulis serta menemani dalam kondisi tersulit hingga terselesaikannya skripsi dengan baik.
11. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2011, yang telah bersama-sama melewati masa studi di Perguruan Tinggi dalam suka maupun duka, semuanya akan menjadi kenangan indah dan berharga yang tak terlupakan.
12. Semua pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu demi satu, yang

secara langsung maupun tidak langsung telah membantu hingga terselesaikannya Tugas Akhir dan studi penulis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka guna menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Juli 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 <i>Service Quality</i>	9
2.2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	10
2.2.3 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2.4 <i>Brand Image</i>	16
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	19

2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.3.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
2.3.4 Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Brand Image</i>	21
2.3.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	21
2.3.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Image</i>	22
2.4 Model Penelitian.....	22
2.5 Hipotesis.....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	24
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel.....	24
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	24
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	24
1. <i>Service Quality</i>	25
2. <i>Customer Satisfaction</i>	26
3. <i>Customer Loyalty</i>	27
4. <i>Brand Image</i>	27
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Normalitas.....	30

3.6.2 Uji kecocokan Keseluruhan Model.....	30
3.6.3 Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	31
1. Uji Validitas.....	32
2. Uji Reliabilitas.....	32
3.6.4 Uji kecocokan Model Struktural.....	32
3.6.5 Uji Hipotesis.....	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Karakteristik Responden.....	34
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	37
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	38
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	41
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	42
4.3 Analisis Data.....	43
4.3.1 Uji Normalitas.....	43
4.3.2 Uji Validitas.....	46
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	47
4.3.4 Persamaan Struktural.....	49
4.3.5 Pengujian Hipotesis.....	52
4.3.6 Uji Keseluruhan Model.....	54
4.4 Pembahasan.....	55
4.4.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	55
4.4.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	55
4.4.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	56

4.4.4 Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Brand Image</i>	57
4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	58
4.4.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Image</i>	58
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian ini.....	8
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Status.....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	37
Tabel 4.5 Interval Rata-rata Skor.....	38
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	39
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	41
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	44
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality</i>	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.18 Pengujian Hipotesis.....	53
Tabel 4.19 Hasil Uji Keseluruhan Model.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2a : Jawaban Untuk Persyaratan Menjadi Responden

Lampiran 2b : Jawaban Tentang Karakteristik Responden

Lampiran 3a : Jawaban Tentang Variabel *Service Quality* (SQ)

Lampiran 3b : Jawaban Tentang Variabel *Customer Satisfaction* (CS),
Customer Loyalty (CL), dan *Brand Image* (BI)

Lampiran 4a : Persyaratan Menjadi Responden

Lampiran 4b : Karakteristik Responden

Lampiran 5 : Statistik Deskriptif Variabel *Service Quality* (SQ), *Customer Satisfaction* (CS), *Customer Loyalty* (CL), dan *Brand Image* (BI)

Lampiran 6 : Output SEM

Lampiran 7 : Uji Normalitas

Lampiran 8 : Path Diagram

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* *CUSTOMER LOYALTY* DAN *BRAND IMAGE* PADA TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA

ABSTRAK

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan gaya hidup manusia, khususnya di perkotaan, kebutuhan akan transportasi pun meningkat, salah satunya berupa taksi sebagai alat transportasi umum. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* dan *Brand Image* pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebagai data primer. Sampel penelitian ditetapkan sebesar 150 responden yang terpilih dari para pelanggan Taksi Blue Bird di Surabaya. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dengan program LISREL 8.70. Hasil dari penelitian ini menunjukkan setiap variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* dan *Brand Image* pada Taksi Blue Bird di Surabaya.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, *Brand Image*

**EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
CUSTOMER LOYALTY AND BRAND IMAGE ON BLUE BIRD TAXI IN
SURABAYA**

ABSTRACT

Along with the increasing needs and lifestyle of people, especially in urban, transport demand is growing, one of them a taxi as public transportation. The purpose of this study was examine and analyze the influence Service Quality on Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image to Blue Bird Taxi in Surabaya. This research was conducted by distributing questionnaires as the primary data. The research sample set of 150 respondents were chosen from the Blue Bird Taxi customer in Surabaya. Data analysis techniques in this study using Structural Equation Modeling (SEM) with program LISREL 8.70. The results of this study indicate each variable Service Quality positive and significant impact on the Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Brand Image on Blue Bird Taxi in Surabaya.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Brand Image.