

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA
PELANGGAN BIOSKOP THE PREMIER XXI
DI SURABAYA**



OLEH:

ANTONIUS RAYA DIHARJA NATAEL

3103014091

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA
PELANGGAN BIOSKOP THE PREMIER XXI
DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
ANTONIUS RAYA DIHARJA NATAEEL
3103014091

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2018

HALAMAN PERSETUJUAN

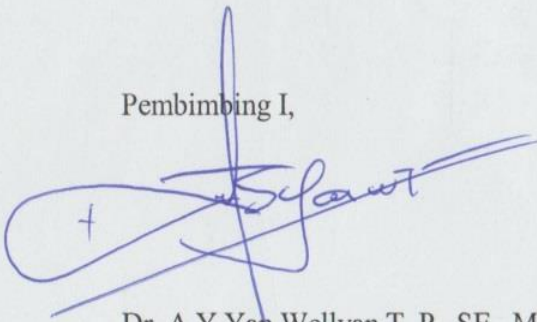
SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA PELANGGAN BIOSKOP PREMIER XXI DI SURABAYA

OLEH:
ANTONIUS RAYA DIHARJA NATAEL
3103014091

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

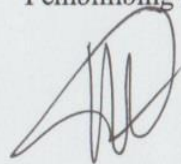
Pembimbing I,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Yan Wellyan T. P.', with a large loop and a cross-like mark at the end.

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

Tanggal: 15/4/2018

Pembimbing II,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M.G. Temengkol.', with a large loop and a cross-like mark at the end.

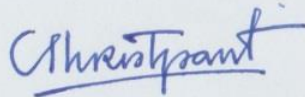
M.G. Temengkol. Dra. Ec., MM

Tanggal: 13/4/2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Antonius Raya Diharja Natael, NRP 3103014091 telah diuji pada tanggal 24 Juli 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM (AP)

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodevicus Lasdi, MM., Ak., CA.
NIK. 821.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H, S.E., M.Sc
NIK. 311.11.0678

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Antonius Raya Diharja Natael

NRP : 3103014091

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality*
terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust*
pada pelanggan Bioskop The Premiere XXI di
Surabaya.

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika 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, 11 Juli 2018



(Antonius Raya Diharja Natael)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME, karena rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pelanggan Bioskop The Premiere XXI di Surabaya”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi sebagian 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 yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Ibu C. Marlina Djunaedi,SE, M.SI, selaku dosen wali penulis

5. Prof dr Willy F. Maramis SpKJ, selaku pemberi dukungan materi dan moral penulis.
6. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi. Tim Asdos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Keluarga Besar Rumpun Pemasaran, Fakultas Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2014 khususnya kepada Hari Wahono dan Anthony Ronaldo yang telah banyak membantu penulis.
8. Kedua Orang Tua penulis yang telah membantu berupa materi, waktu, dan tenaganya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Kedua saudara Ayub Natael dan Fanny Natael yang sudah banyak membantu penulis dalam materi dan juga semangat.
10. Suk Daniel Leko yang sudah banyak membantu penulis dalam materi dan juga semangat.
11. Teman-teman penulis yang ikut membantu memberikan saran (Sri Rejeki, Ardo Kosasih, Hans Harjono, Christian Harianto, Arief Sugiarto, Anton Tjokrowinoto, Eka Putra, Robert Wijaya, Yessika Angelina, Leony Gunawan, Mingsan Budi dan Segenap Keluarga CY-15).

12.Ratnawati Wihardjono dan Hartono Wihardjono yang telah banyak membantu penulis baik materi maupun semangat dalam mengerjakan skripsi.

13.Pihak-pihak lain 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, 11 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori	15
2.2.1. <i>Brand Image</i>	15
2.2.2. <i>Service Quality</i>	18
2.2.3. <i>Customer Trust</i>	21
2.2.4. <i>Customer Loyalty</i>	24
2.3. Pengaruh Antar Variabel Penelitian	26
2.3.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	26
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Trust</i>	27

2.3.3. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	27
2.3.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	28
2.3.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	29
2.4. Model Penelitian	30
2.5. Hipotesis	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Identifikasi Variabel	32
3.3. Definisi Operasional Variabel	33
3.4. Pengukuran Variabel	35
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	35
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.8. Teknik Analisis Data	38
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Sampel Penelitian	45
4.2. Karakteristik Responden.....	45
4.3. Statistik Deskriptif Variabel	48
4.4. Analisis Data.....	53
4.4.1. Uji Normalitas.....	54
4.4.2. Uji Validitas	56
4.4.3. Uji Reliabilitas	58
4.4.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	59
4.4.5. Uji Kecocokan Model Struktural	60
4.4.6. Uji Hipotesis	61
4.5. Pembahasan	64
4.5.1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	64

4.5.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	65
4.5.3. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	66
4.5.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	67
4.5.5. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Trust</i>	68
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran	71
5.2.1. Saran Akademis	71
5.2.2. Saran Praktis	72
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	14
Tabel 4.1	Pernah menonton di bioskop The Premiere XXI Plaza Tunjungan Surabaya, minimal 2 (dua) kali dalam 6 (enam) bulan terakhir.	46
Tabel 4.2	Usia	46
Tabel 4.3	Frekuensi.....	47
Tabel 4.4	Interval Rata-Rata Skor.....	48
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	49
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	50
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	51
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	52
Tabel 4.9	Pengujian <i>Univariate Normality</i>	55
Tabel 4.10	Pengujian <i>Multivariate Normality</i>	56
Tabel 4.11	Pengujian Validitas Indikator Penelitian	57
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.13	Uji Kecocokan Seluruh Model	59
Tabel 4.14	Persamaan Model Struktural Penelitian	60
Tabel 4.15	Pengujian Hipotesis Penelitian	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model penelitian	30
Gambar 4.1 : <i>Path Diagram (T-Value)</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Karakteristik Responden
- Lampiran 3: Jawaban Responden
- Lampiran 4: Statistik Diskriptif dan Output SEM
- Lampiran 5: Gambar Diagram path T-Value, Estimates dan Standardized solution.
- Lampiran 6: Univariate Normality & Multivariat Normality
- Lampiran 7: Uji Reliability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* pada pelanggan Bioskop The Premiere XXI di Surabaya. Pada pasar dengan persaingan yang semakin kompetitif sekarang, perusahaan dituntut untuk memberikan citra merek yang baik dan memaksimalkan kualitas pelayanan dengan baik agar pelanggan percaya, dan tentunya pelanggan dapat menjadi loyal pada perusahaan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah responden yang pernah menonton di bioskop The Premiere Surabaya dalam 6 bulan terakhir minimal 2 kali dan minimal berusia 17 tahun. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap *Customer Trust*, *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Trust*, *Customer Trust* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*, *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust*, dan *Service Quality* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust*.

Kata Kunci: *Brand Image, Service quality, Customer Trust, Customer Loyalty*

ABSTRACT

This study aims to analyze the Influence of Brand Image and Service Quality to Customer Loyalty through Customer Trust to customers of The Premiere XXI Cinema in Surabaya. In a market with increasingly an brand image and maximize the service quality well in order to customers trust, and of course customers can be loyal to the company.

The sampling technique used is non probability sampling by purposive sampling. The sample used in this research is 150 respondents. Characteristics of respondents in this study were respondents who had watched in The Premiere Surabaya cinema in the last 6 months at least 2 times and at least 17 years old. Data were collected using questionnaires. Data analysis technique used is SEM analysis with LISREL program.

The results of the research prove that Brand Image has influence to Customer Trust, Service Quality has influence to Customer Trust, Customer Trust has influence to Customer Loyalty, Brand Image has influence to Customer Loyalty through Customer Trust, and Service Quality has influence to Customer Loyalty through Customer Trust.

Keyword: Brand Image, Service quality, Customer Trust, Customer Loyalty