

Pengaruh *Service Quality* dan *Corporate Brand Image* terhadap
Customer Satisfaction dan *Customer Loyalty* pada Bank Mandiri Surabaya

SKRIPSI



OLEH :

HANS PURNAMA
3103008251

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2012

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CORPORATE BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA BANK MANDIRI SURABAYA

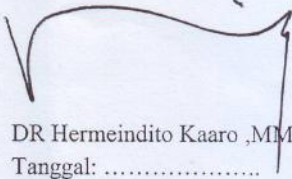
OLEH

Hans Purnama

3103008251

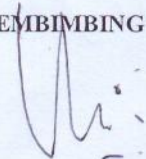
Telah disetujui dan diterima untuk
diajukan ke tim penguji

PEMBIMBING I:



DR Hermeindito Kaaro ,MM
Tanggal:

PEMBIMBING II:

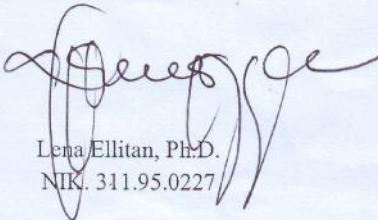


Maria Mia, SE, MM
Tanggal: 7/5/2013

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Hans Purnama NRP 3103008251. Telah diuji pada tanggal 17 juni 2013 dan dinyatakan LULUS oleh tim penguji.

Ketua Tim Penguji



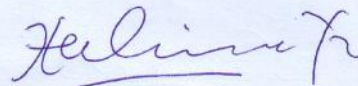
Lena Ellitan, Ph.D.
NIK. 311.95.0227

Mengetahui:

Ketua Jurusan



Dekan
DR. Lodovikus Lasdi, MM
NIK: 321.99.0370



Herlina Yoka Roida, S.E., M.COM
NIK: 311.99.0362

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hans Purnama

NRP : 3103008251

Judul Tugas Akhir : PENGARUH SERVICE QUALITY
DAN CORPORATE BRAND IMAGE PADA CUSTOMER
SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA BANK
MANDIRI SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme , saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini di publikasikan / ditampilkan di internet atau media lain (digital library) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian Pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25-06-2013

Yang menyatakan



Hans Purnama
Hans Purnama

ABSTRAK

Pengaruh *service quality* dan *Corporate Brand Image* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Bank Mandiri Surabaya

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah: menguji dan menganalisa pengaruh *service quality* dan *corporate brand image* Bank Mandiri Surabaya terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* . Manfaat penelitian yang didapatkan adalah memberikan masukan pemikiran yang berarti kepada pihak Bank Mandiri Surabaya untuk dapat meningkatkan kinerja, sehingga Bank Mandiri dapat memberikan yang terbaik bagi nasabah.

Variabel penelitian ini adalah *Service Quality*, *Corporate Brand Image*, *Customer satisfaction*, *Customer Loyalty*. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Structural Equation Modelling*(SEM).

Temuan dalam penelitian ini bahwa pada variabel *corporate brand image* dan *Customer satisfaction* tidak memiliki hubungan yang signifikan begitu pula dengan *service quality* dan *customer satisfaction*. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang memiliki hubungan yang signifikan ialah antara *service quality* dengan *corporate brand image* memiliki hubungan yang signifikan. *Customer satisfaction* dan *customer loyalty* juga terbukti memiliki hubungan yang signifikan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Service Quality*, *Corporate Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, *Bank Mandiri*.

ABSTRAK

Influence service quality and Corporate Brand Image of Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Bank Mandiri Surabaya

Reasearch objective is to test and analize influence *Service Quality* dan *Corporate Brand Image* in Bank Mandiri Surabaya to *Customer Satisfaction* and *Customer Loyalty*. The benafit of this reasearch is to provice suggestion to Bank Mandiri Surabaya to improve their performace and give the best quality for customer.

The variable of study is *Service Quality*, *Corporate Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*. The reasearch us *Structural Equation Modelling* as analysis technique.

The finding in this study shows that *Corporate Brand Image* and *Customer Satisfaction* doesn't have any significant affect. The other relationship which is *Service Quality* and *Customer Satisfaction* show no significant affect. In this reasearch the variable which show significant relationship is *Corporate Brand Image* and *Service Quality* . The other one is *Customer Satisfaction* and *Customer Loyalty*.

Keyword :*service quality, corporate brand image, customer satisfaction, customer loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya yang berlimpah sehingga skripsi yang berjudul **Pengaruh service quality dan corporate brand image terhadap customer satisfaction dan customer loyalty pada bank mandiri surabaya** dapat terselesaikan dengan baik. Adapun skripsi ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Keberhasilan dalam pengerjaan skripsi ini tidaklah lepas dari bantuan dan dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. DR. Hermeindito Kaaro,MM selaku dosen pembimbing I dan ibu Maria Mia Krustanti,SE.,MM selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu serta curahan pemikiran untuk membantu, membimbing, serta memberikan nasihat dan masukan yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu dosen, rekan-rekan mahasiswa/i, serta tata usaha Universitas Katolik Widya mandala Surabaya yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam pengerjaan skripsi selama ini.
3. Yang tersayang kedua orang tua, terima kasih atas semua doa, motivasi, inspirasi, serta dukungan baik moral maupun material. Saudara saya Wiesye Purnama, terima kasih atas segala perhatian dan kasih yang tercurah kepada penulis selama penyelesaian naskah ini.
4. Teman-teman seperjuangan Sofyan sidin, Yohanes Dio, Deci Natalia serta sahabat-sahabat Winda Maria, Mariana Sari, Anindita dan

Yermia Trimulyona yang tak pernah lelah memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan berharga bagi penulis.

5. Para responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
6. Semua pihak terkait yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya. Akhir kata, karena disadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka sangat diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 20 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. <i>Corporate Brand Image(CBI)</i>	10
2.2.2. <i>Service Qualit(SQ)</i>	12
2.2.3. <i>Customer Satisfaction(CS)</i>	16
2.2.4. <i>Customer Loyalty(CL)</i>	18
2.2.5. hubungan SQ dengan CBI.....	20
2.2.6. hubungan SQ dengan CS.....	21
2.2.7. Hubungan CBI dengan CS	21
2.2.8. Hubungan CS dengan CL.....	22
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis Penelitian.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	25
3.1. Jenis Penelitian	25
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	25
3.3. Definisi Operasional Variabel	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	27

3.5. Pengukuran Variabel	28
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.7. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	28
3.7.1. Populasi Penelitian	28
3.7.2. Sampel Penelitian	29
3.8. Uji validitas dan reliabilitas.....	29
3.8.1. Uji Validitas	30
3.8.2. Uji Reliabilitas	30
3.8.3. <i>Struktural Equation Modelling</i>	30
3.8.3.1. Pengujian Asumsi	31
3.8.3.2. Uji Kecocokan Model.....	31
3.8.3.3. Uji Hipotesis	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1. Profil Responden	32
4.2. Deskriptif Penelitian	33
4.3. Uji Normalitas	37
4.4. Uji kecocokan model.....	39
4.4.1. Uji Kecocokan Seluruh Model	39
4.4.2. Uji Kecocokan Model Pengukuran	42
4.4.3. Kecocokan Model Struktural	48
4.5. Pembahasan	50
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1. Simpulan	53
5.2. Saran.....	53
5.3. Keterbatasan Penelitian	54
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini ..	10
Tabel 4.1. Profile Responden Berdasarkan Jenis kelamin	32
Tabel 4.2. Kelompok Interval Penelitian.....	33
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif untuk <i>Service Quality</i>	34
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif untuk <i>Corporate Brand Image</i>	35
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif untuk <i>Customer Satisfaction</i>	35
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif untuk <i>Customer Loyalty</i>	36
Tabel 4.7. Uji Normalitas Unvariat	38
Tabel 4.8. Kecocokan Seluruh Model	39
Tabel 4.9. Pengujian Validitas.....	42
Tabel 4.10. Reliabilitas <i>Service Quality</i>	44
Tabel 4.11. Reliabilitas <i>Corporate Brand Image</i>	45
Tabel 4.12. Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i>	46
Tabel 4.13. Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i>	47
Tabel 4.14. Ringkasan Pengujian Kecocokan Model Struktural	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Penelitian.....	23