

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PRODUK SIMPATI
TELKOMSEL DI SURABAYA**



OLEH:

HALDIAWAN TRI PUTRA

3103012107

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PRODUK SIMPATI TELKOMSEL DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

**HALDIAWAN TRI PUTRA
3103012107**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

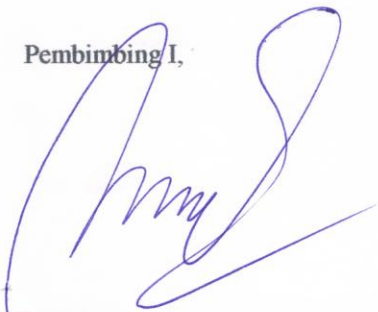
**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
PRODUK SIMPATI TELKOMSEL DI SURABAYA**

OLEH:

**HALDIAWAN TRI PUTRA
3103012107**

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



**Dra.Ec Sri Yunan Budiarsi, MS.
NIK. 311.83.0099
Tanggal:**

Pembimbing II,



**F.N. Hendro Susanto, SE.,MM.
NIK. 311.99.0365
Tanggal:**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Haldiawan Tri Putra** NRP: 3103012107.

Telah diuji pada tanggal **28 Juli 2016** dan dinyatakan **Lulus** oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



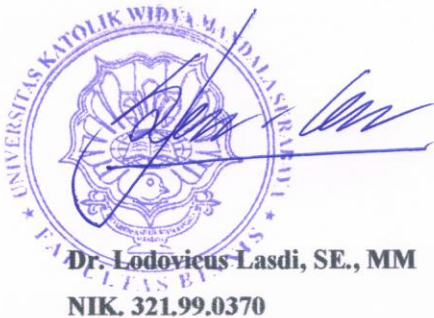
Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIK. 311.83.0099

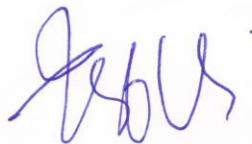
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Haldiawan Tri Putra

NRP : 3103012107

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Produk Simpati Telkomsel Di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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/ditampilkan 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, Juli 2016

Yang Menyatakan,



(Haldiawan Tri Putra)

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur mendalam penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan rahmatnya maka skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Produk Simpati Telkomsel Di Surabaya” ini di susun untuk memenuhi persyaratan S-1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai. Secara khusus rasa terimakasih tersebut kami sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM selaku Dekan dan Bapak Yulius Koesworo, Drs.Ec., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dra.Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak F.N Hendro Susanto, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis jurusan Manajemen, khususnya Ibu Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP), Ibu Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM, Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM, dan Bapak F.N. Hendro Susanto, SE., MM yang telah memberikan seluruh ilmu pemasaran yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang tua yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa tak terhitung bagi penulis selama ini untuk tetap berjuang menyelesaikan studi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Terakhir penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Surabaya, Juli 2016

Haldiawan Tri Putra

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	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Penulisan	10
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Landasan Teori	14
2.3. Hubungan Antar Variabel	25
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	29
2.5. Hipotesis	30

BAB 3. METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Identifikasi Variabel	31
3.3. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Pengukuran Variabel.....	33
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	34
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	34
3.8. Teknik Analisis Data	35
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1. Karakteristik Responden	39
4.2. Deskripsi Data	42
4.3. Analisis Data	47
4.4. Analisis <i>Structural Equation Model</i>	55
4.5. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	58
4.6. Pembahasan.....	59
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1. Simpulan	64
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3. Saran	65

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang	13
Tabel 4.1 Demografis Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.2 Demografis Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.3 Demografis Responden Berdasarkan Status	41
Tabel 4.4 Demografis Responden Tingkat Pendapatan Per Bulan ..	41
Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Variabel Brand Image.....	42
Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Variabel Service Quality.....	44
Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Variabel CustomerSatisfaction	45
Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Variabel Customer Loyalty	46
Tabel 4.9 Uji Normalitas Data	48
Tabel 4.10 Pengujian Validatas Indikator Penelitian	49
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel Brand Image	50
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel Service Quality	51
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction	52
Table 4.14 Uji Reliabilitas Variabel Customer Loyalty	52
Table 4.15 Pengujian Model Penelitian	54
Table 4.16 Pengujian Hipotesis Penelitian	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	29
Gambar 4.1 Measurement Model	55
Gambar 4.2 Structural Model	57

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Isian Responden
- Lampiran 3. Output Normalitas
- Lampiran 4. Output Structural Equation Model
- Lampiran 5. Diagram Path
- Lampiran 7. Interval Rata-Rata

Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Produk Simpati Telkomsel Di Surabaya

ABSTRAK

Persaingan dibidang telekomunikasi yaitu provider seluler saat ini dapat dibilang sangat ketat, berbagai layanan dan konten menarik yang diberikan kepada konsumen tidak lain untuk memberikan kepuasan agar loyalitas pelanggan dapat terwujud. Inovasi-inovasi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dan gaya hidup diberikan kepada pelanggan agar rasa puas terhadap layanan yang diberikan dapat terwujud dan juga adanya keinginan untuk memberikan layanan yang berbeda dengan pesaing.

Penelitian ini ingin mengetahui dan menjelaskan pengaruh *brand image* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* produk Simpati Telkomsel di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dan menggunakan program LISREL.

Penelitian ini mengambil 150 responden sebagai sampelnya yang menggunakan provider Simpati, menetap dan berdomisili di kota Surabaya serta berusia minimal 18 tahun.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *brand image* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* produk Simpati Telkomsel di Surabaya.

Kata kunci: *Brand Image; Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

The Effect of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty through Telkomsel Simpati's Customer Satisfaction Product in Surabaya

ABSTRACT

Competition in the telecommunications field that is cellular providers can currently be considered very tight right now. Many interesting services and contents are available to the consumers to give them satisfaction in order to gain customer loyalty. Innovations are made to fulfill communications need and lifestyle given to the customer so that satisfaction towards the given services can be actualized and also to differentiate the services from the competitors'.

This research aims to know and explain the effect of brand image and service quality on customer loyalty through Telkomsel Simpati's customer satisfaction product in Surabaya. The data analyzing techniques used in this research are SEM (Structural Equating Modeling) and LISREL program.

This research takes 150 respondents as a sample. All of them use Simpati provider, live in Surabaya and are at least 18 years old.

The result from this research show that there is an effect of brand image and service quality on customer loyalty through Telkomsel Simpati's customer satisfaction product in Surabaya.

Key words: Brand Image; Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty