

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
CITILINK DI SURABAYA DENGAN KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI MEDIASI**



**OLEH:
BETZY IRENE
3103013095**

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

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
CITILINK DI SURABAYA DENGAN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI**

SKRIPSI

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

Oleh:
BETZY IRENE
3103013095

**JURUSAN MANAJEMEN BISNIS
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017**

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

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Betzy Irene

NRP : 3103013095

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen CITILINK Di Surabaya dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi

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, 18 Januari 2018

Yang menyatakan,



Betzy Irene

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
CITILINK DI SURABAYA DENGAN MELALUI
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI**

Oleh:

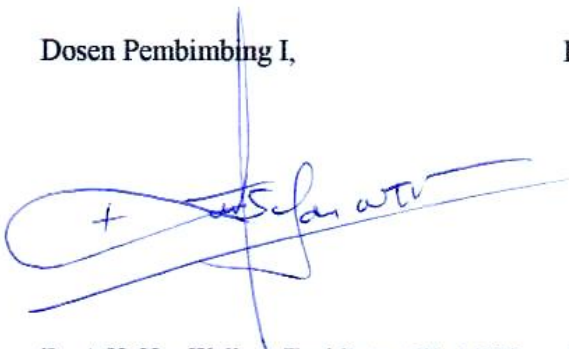
Betzy Irene

3103013095

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

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Yan Wellyan Toni Putra', with a large, stylized flourish above it.A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Maria Mia Kristanti', with a stylized flourish above it.

Dr. A.Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M. Si

Maria Mia Kristanti, SE., MM

Tanggal:

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Betzy Irene dengan NRP 3103013095
Telah diuji pada tanggal 18 Januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, SE., MM., CPM(AP)
NIK. 311.89.0163

Mengetahui:



Dekan,

Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc
NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena rahmat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen CITILINK Di Surabaya dengan melalui Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi”. Tugas akhir bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Bisnis Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

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

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberi nasihat, membimbing, dan mengarahkan penulis mulai dari awal tugas akhir skripsi ini dibuat hingga selesai dengan baik.
4. Maria Mia Kristanti, SE.,MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberi nasihat, membimbing, dan mengarahkan penulis mulai dari awal tugas akhir skripsi ini dibuat hingga selesai dengan baik.

5. Bapak/Ibu dosen yang pernah maupun yang belum pernah mengajar dan membagikan ilmu pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua saya, Bapak Soetantjo dan Ibu Elsy Soetantjo atas kasih sayang, dukungan doa, dan kebaikannya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
7. Sahabat-sahabat perkuliahan terbaik, Fanny Ardelita, Jonathan Joel Sumual, Ravensca luhulima, Roy Rama Panjahitan, Cindy Natasya, Andrew Prasetya, Debby Octaviani, Bella A, Alex Priyono, Lie Dicky Julian Wirajaya, Eric Sutandar, Cynthia Tania, Daniel Adi Leksono, Ryan Gustafiano, Petrus Damianus Febryan Lay,
8. Pasangan saya, Robin dan orang Tua dari pasangan saya, yang selalu mendukung dalam bentuk apapun.
9. Semua pihak Gereja GPPS yang di Palu GKKAI Surabaya. Mawar Sharon Surabaya, CG surabaya Saja, yang selalu mendukung doa.
10. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

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

Surabaya, ... Januari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	9
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	26
2.4. Model Penelitian.....	30
2.5. Hipotesis.....	30
BAB 3. METODE PELAKSANAAN	
3.1. Desain Penelitian.....	32

3.2. Identifikasi Variabel.....	32
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	35
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	36
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	
4.1. Hasil Analisis Data.....	43
4.2. Pembahasan.....	63
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Kinerja Citilink 2012 – 2016.....	2
Tabel 1.2. Rute Penerbangan dan Harga Citilink dari Juanda Surabaya.....	3
Tabel 4.1. Usia.....	43
Tabel 4.2. Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan.....	44
Tabel 4.4. Pendapatan Perbulan.....	45
Tabel 4.5. Interval Rata-rata Skor.....	46
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Citra Perusahaan.....	47
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen..	48
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen.....	50
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	52
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	52
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Data.....	54
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.14. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	60
Tabel 4.15. Pengujian Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Terbentuknya Citra Perusahaan.....	12
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	30
Gambar 4.1. Model Pengukuran dengan Standardize Solution.....	53
Gambar 4.2. Model Struktural dengan Estimated.....	56
Gambar 4.3. Model Struktural dengan T-Value.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. CFA
- Lampiran 7. Estimates CFA
- Lampiran 8. Standardized CFA
- Lampiran 9. T-value CFA
- Lampiran 10. Uji Validitas
- Lampiran 11. Uji Reliabilitas
- Lampiran 12. SEM
- Lampiran 13. Estimates SEM
- Lampiran 14. Standardized SEM
- Lampiran 15. T-value SEM

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN CITILINK DI SURABAYA DENGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI

ABSTRAK

Loyalitas konsumen sangat penting bagi perusahaan, karena imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif yang berarti semakin lama loyalitas konsumen semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh citra perusahaan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen Citilink di Surabaya melalui kepuasan konsumen sebagai mediasi.

Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang konsumen Citilink di Surabaya yang pernah menggunakan Citilink minimal 5 kali dalam 1 tahun terakhir. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah structural equation model. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dan kepercayaan konsumen ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Citilink di Surabaya baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melalui kepuasan konsumen sebagai mediasi.

Kata Kunci: Citra Perusahaan; Kepercayaan Konsumen; Kepuasan Konsumen; Loyalitas Konsumen.

THE INFLUENCE OF CORPORATE IMAGE AND CONSUMER TRUST TOWARDS CITILINK SURABAYA CONSUMERS LOYALTY THROUGH CONSUMERS SATISFACTION AS MEDIATION

ABSTRACT

Consumer loyalty is very important for the company, because the rewards of loyalty are long term and cumulative which means the longer the consumer loyalty of the larger profit that can be obtained by the company from a consumer. This research aims to examine the influence of corporate image and consumer trust towards the consumer loyalty of Citilink in Surabaya via consumer satisfaction as mediation.

The sample used amounted to 150 people consumers of Citilink in Surabaya who never used a minimal Citilink 5 times in the last year. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected using a questionnaire. The technique used is the analysis of structural equation models. The results of this analysis indicate that the corporate image and consumer trust were found positive and significant effect against the consumer loyalty of Citilink in Surabaya, either directly or indirectly through consumer satisfaction as mediation.

Keywords: Corporate Image; Consumer Trust; Consumer Satisfaction; Consumer Loyalty.