

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA PENGGUNA *PROVIDER* INTERNET FIRST MEDIA DI SURABAYA**



**OLEH:**

**STEVEN**

**3103016041**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATHOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA PENGGUNA *PROVIDER INTERNET* FIRST MEDIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

STEVEN

3103016041

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020

# HALAMAN PERSETUJUAN

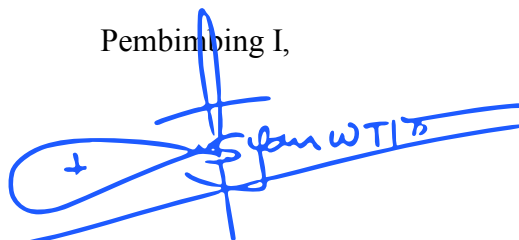
SKRIPSI

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA  
PENGGUNA *PROVIDER* INTERNET FIRST MEDIA  
DI SURABAYA

Oleh:  
STEVEN  
3103016041

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dr. A. Y. Jan Wellyan TP, SE., M.Si.)

NIDN. 0716035701

Tanggal:

Pembimbing II,



(Dra, Ec, Arini, MM.)

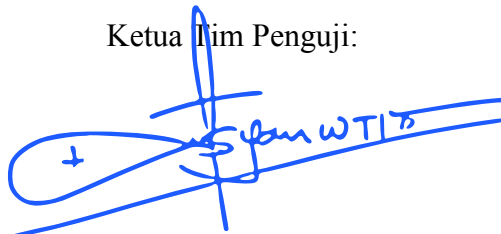
NIDN. 0716035701

Tanggal:

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Steven dengan NRP 3103016041 telah diuji pada tanggal 08 Juli 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



(Dr. A. Y. Jan Wellyan TP, SE., M.Si.)

NIDN. 0716035701

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, PA

NIDN. 0713097203

Robertus Sigit H. L, SE., M.Se.

NIDN. 0703087902

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

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Steven

NRP : 3103016041

Judul Skripsi : PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA PENGGUNA *PROVIDER* INTERNET FIRST MEDIA 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/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, 19 Juni 2020

Yang menyatakan,



(Steven)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat perlindungan, penyertaan dan kasih Karunia-Nya, sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Product Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Trust* Pada Pengguna *Provider* Internet First Media Di Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Manajemen atas segala didikan sejak penulis menjadi mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua dan saudara-saudara saya yang terus mendoakan serta memberikan dukungan kepada saya terus-menerus.
2. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Se. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dominicus Wahyu Peradana, SE., MM. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dr. A. Y. Jan Wellyan TP, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran - saran serta masukan dan mengarahkan penulis sehingga tugas akhir dapat diselesaikan.
6. Dra, Ec, Arini, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga serta pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran - saran serta masukan dan mengarahkan penulis sehingga tugas akhir dapat diselesaikan.

7. Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPM(AP) selaku Dosen Wali penulis yang telah membimbing selama proses kuliah.
8. Bapak dan Ibu staf Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu kelancaran proses penulisan skripsi ini.
9. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama studi penulis.
10. Asisten dosen laboratorium Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu kelancaran penulisan skripsi hingga akhir.
11. Sahabat dan teman seperjuangan penulis dari awal semester Martinus Maximillian, Leonard Tanjung, Joshua Giovanni, Dicky, Vincentius Ranggadika yang telah memberikan dukungan, masukan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman dan pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran akan penulis terima demi perbaikan skripsi ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembaca.

Surabaya, Juni 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Product Quality</i> .....	10
2.1.2 <i>Brand Image</i> .....	11
2.1.3 <i>Customer Trust</i> .....	12
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	18
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Trust</i> .....	18
2.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Trust</i> .....	19
2.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Trust</i> .....	20
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Trust</i> .....	21
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.4 Model Penelitian .....	22
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	25
3.2.2 Definisi Operasional.....	26
3.2.3 Pengukuran Variabel .....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29



3.4	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	29
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.6	Analisis Data .....	30
3.6.1	Uji Validitas .....	31
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	31
3.6.3	Uji Normalitas .....	32
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	32
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural .....	34
3.6.6	Uji Hipotesis .....	35
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1	Karakteristik Objek Penelitian .....	35
4.2	Deskripsi Data .....	35
4.2.1	Karakteristik Responden .....	35
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	37
4.3	Hasil Analisis Data .....	42
4.3.1	Uji Normalitas .....	42
4.3.2	Uji Validitas .....	44
4.3.3	Uji Reliabilitas .....	45
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	46
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural .....	47
4.3.6	Uji Hipotesis .....	48
4.4	Pembahasan .....	49
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Pelanggan <i>Provider First Media</i> .....	49
4.4.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Trust</i> Pada Pelanggan <i>Provider First Media</i> .....	50
4.4.3	Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Trust</i> Pada Pelanggan <i>Provider First Media</i> .....	51
4.4.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Trust</i> Pada Pelanggan <i>Provider First Media</i> .....	52
4.4.5	Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Pelanggan <i>Provider First Media</i> .....	53
BAB 5.	SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....	55
5.1	Simpulan .....	55
5.2	Keterbatasan .....	56
5.3	Saran .....	57
5.3.1	Saran Akademis .....	57
5.3.2	Saran Praktis .....	57

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Perbandingan Antar <i>Provider</i> di Surabaya.....	3
Tabel 1.2. Data Pendapatan First Media .....	4
Tabel 2.1. Tabel Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian saat ini .....	17
Tabel 3.1. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	33
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	37
Tabel 4.4. Interval Rata-rata Variabel.....	38
Tabel 4.5. Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Product Quality</i> .....	38
Tabel 4.6. Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> .....	39
Tabel 4.7. Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Trust</i> .....	40
Tabel 4.8. Persepsi Responden Mengenai Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	41
Tabel 4.9. Tabel <i>Univariate Normality</i> .....	43
Tabel 4.10. Tabel <i>Multivariate Normality</i> .....	43
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Validitas.....	44
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.13. Hasil Kecocokan Keseluruhan Model.....	46
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis .....	48

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Data Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3A. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Product Quality*
- Lampiran 3B. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Brand Image*
- Lampiran 3C. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Customer Trust*
- Lampiran 3D. Jawaban Responden Mengenai Variabel *Customer Loyalty*
- Lampiran 4. Karakteristik Responden
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output SEM
- Lampiran 7A. Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 7A. Path Diagram *Estimates*
- Lampiran 7B. Path Diagram *T-Values*

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* PADA  
PENGGUNA *PROVIDER* INTERNET  
FIRST MEDIA DI SURABAYA**

**ABSTRAK**

First Media adalah *Provider* internet rumah di Indonesia sejak 1994 yang merupakan anggota dari Lippo Group. First Media merupakan salah satu bisnis internet rumah yang pada awalnya memiliki tiga produk yang bernama kabel kabelvision, Digital1 dan Mynet. Beragam inovasi terus dilakukan oleh First Media yang akhirnya mampu menambah sebuah produk yaitu TV kabel. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti Pengaruh *Product Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Trust* Pada Pengguna *Provider* Internet First Media Di Surabaya.

Teknik analisis yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu pelanggan *provider* internet First Media di Surabaya. Dengan persyaratan masih menggunakan First Media selama 6 bulan terakhir, berdomisili di Surabaya. Pengumpulan respondennya menggunakan aplikasi google *form* dan juga secara *offline* yang langsung dibagikan kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *Product Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust*, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Trust*, *Product Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan, *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan, *Customer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

***Kata kunci:*** *product quality, brand image, customer trust dan customer loyalty.*

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON  
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER TRUST IN  
THE USERS OF FIRST MEDIA INTERNET  
PROVIDER IN SURABAYA**

**ABSTRAC**

First Media is a home internet provider in Indonesia since 1994 which is a member of the Lippo Group. First Media is one of the home internet businesses that originally had three products named kabelvision cable, Digital1 and Mynet. Various innovations continue to be carried out by First Media which is finally able to add a product, namely cable TV. So this research has the aim to examine the Effect of Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty through Customer Trust on First Media Internet Provider Users in Surabaya.

The analysis technique used in sampling in this study is non-probability sampling by purposive sampling. The sample used was 150 respondents, namely First Media internet provider customers in Surabaya. With the requirement of still using First Media for the past 6 months, domiciled in Surabaya. The collection of respondents uses the google form application and also offline which is directly distributed to respondents. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling (SEM) using the LISREL program.

The results of this study prove that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Trust, Brand Image has a positive and significant effect on Customer Trust, Product Quality on Customer Loyalty through Customer Trust has a positive and significant effect, Brand Image on Customer Loyalty through Customer Trust has a positive and significant effect significant, Customer Trust has a positive and significant effect on Customer Loyalty.

**Keywords:** product quality, brand image, customer trust dan customer loyalty.