

**PENGARUH ANTARA KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP CITRA MEREK DENGAN
LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI
PADA LAPTOP MEREK ACER
DI SURABAYA**



**OLEH :
ALBERT SURYAWAN
3103010200**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015**

**PENGARUH ANTARA KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP CITRA MEREK DENGAN
LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI
PADA LAPTOP MEREK ACER
DI SURABAYA**

SKRIPSI

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

**OLEH :
ALBERT SURYAWAN
3103010200**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH ANTARA KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN
KONSUMEN TERHADAP CITRA MEREK DENGAN
LOYALITAS KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI
PADA LAPTOP MEREK ACER
DI SURABAYA**

OLEH:

ALBERT SURYAWAN

3103010200

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

Dosen Pembimbing I,



FN. Hendro Susanto, SE., MM
NIK: 311.99.0365

Dosen Pembimbing II,



Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM
NIK: 311.04.0576

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Albert Suryawan, dengan NRP. 3103010200.
Telah diuji pada tanggal 23 Maret 2015 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji,



FN. Hendro Susanto, SE., MM
NIK: 311.99.0365

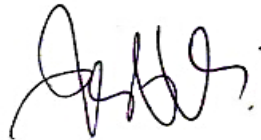
Mengetahui:

Dekan,



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

Ketua Jurusan,



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 Unika
Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ALBERT SURYAWAN

NRP : 3103010200

Judul Skripsi : Pengaruh Antara Kualitas Layanan Dan
Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Merek
Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Mediasi
Pada Laptop Merek Acer Di Surabaya

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

Surabaya, 1 April 2015

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa berkat penyertaan, perlindungan dan kasih Karunia-Nya, sehingga penulis skripsi yang berjudul “Pengaruh Antara Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Citra Merek Dengan Loyalitas Konsumen Sebagai Mediasi Pada Laptop Merek Acer Di Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Ekonomi atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dosen Pembimbing 1 BapakFN. Hendto Susanto, SE., MM. selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Dosen Pembimbing 2 BapakDrs. Ec. Siprianus S. Sina, MM. selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Bapak dan Ibu staf Perpustakaan Universitas Widya Mandala Surabaya yang ikut membantu kelancaran proses penulisan skripsi hingga akhir.
7. Terima kasih buat papa, mama, dan keluarga besar tercinta yang telah memberikan banyak dukungan baik secara moril dan materil terlebih doa dan kasih sayang, sehingga penulis telah dihantarkan hingga kelulusan.
8. Kepada teman-teman dan gentongku yang telah mendukung saya.

Semoga segala bantuan dari berbagai pihak mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan yang Maha Esa. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan bagi siapa saja yang memerlukan.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran akan penulis terima dengan tangan terbuka bagi kemajuan dunia pendidikan.

Surabaya, 1 April 2015

ALBERT SURYAWAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 <i>Service quality</i>	9
2.2.2 <i>Customer satisfaction</i>	13
2.2.3 <i>Customer loyalty</i>	17

2.2.4 <i>Brand image</i>	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 Hipotesis.....	36

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Identifikasi Variabel	37
3.3 Definisi Operasional Variabel	37
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.2 Sumber Data	41
3.5 Skala Pengukuran Variabel	41
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	42
3.7 Populasi, Sampel, dan Tehnik Pengambilan Sampel....	42
3.7.1 Populasi	42
3.7.2 Sampel.....	42
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.8 Teknik Analisis Data.....	43

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Proses Seleksi Sampel Penelitian.....	46
4.2 Karakteristik Responden	46
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	51
4.3.1 Deskripsi variabel <i>Service quality</i>	52
4.3.2 Deskripsi variabel <i>Customer Satisfaction (X1)</i>	54
4.3.3 Deskripsi variabel <i>Customer loyalty</i>	55
4.3.4 Deskripsi variabel <i>Brand image</i>	56

4.4	Uji Asumsi SEM.....	57
4.4.1	Uji Normalitas.....	57
4.4.2	Uji Validitas.....	59
4.4.3	Uji Reliabilitas	60
4.5	Persamaan Struktural	60
4.6	Uji Kecocokan Model	61
4.7	Pengujian Hipotesis.....	61
4.8	Pembahasan	62
4.8.1	Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	62
4.8.2	Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	63
4.8.3	Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	64
4.8.4	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	65
4.8.5	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Brand image</i>	66
4.8.6	Pengaruh <i>Customer loyalty</i> terhadap <i>Brand Image</i>	66
4.8.7	Mediasi <i>Customer loyalty</i> antara pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Brand image</i>	67
4.8.8	Mediasi <i>Customer loyalty</i> antara pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Brand Image</i>	67

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Award 2013 Kategori Notebook</i>	2
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2	Usia	47
Tabel 4.3	Tingkat Pendidikan	47
Tabel 4.4	Pekerjaan	48
Tabel 4.5	Pendapatan Responden.....	49
Tabel 4.6	Lama Menjadi Konsumen laptop ACER.....	49
Tabel 4.7	Pembelian Product laptop ACER.....	50
Tabel 4.8	Service Product laptop ACER.....	50
Tabel 4.9	Interval Rata - Rata Skor	51
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i>	52
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer satisfaction</i>	54
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer loyalty</i>	55
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand image</i>	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Univariate Normality	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Multivariate Normality	58
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.17	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.18	Ikhtisar Goodness of Fit	61
Tabel 4.19	Pengujian Hipotesis H1 – H8.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian.....	35
-------------------	-----------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuisisioner
- Lampiran 2** Data Penelitian
- Lampiran 3** Karakteristik Responden
- Lampiran 4** Statistik Deskriptif
- Lampiran 5** Uji Validitas
- Lampiran 6** Uji Reliabilitas
- Lampiran 7** Normalitas
- Lampiran 8** Output Lisrel
- Lampiran 9** Gambar Estimate
- Lampiran 10** Gambar Standardized
- Lampiran 11** Gambar T-Value

ABSTRAK

Salah satu fenomena yang terjadi adalah berakhirnya zaman komputer kemudian beralih kepada komputer jinjing yang lebih praktis yang di desain dengan berbagai ukuran dan fungsi yang kita sebut dengan *notebook*. Awal perkembangan industri komputer di Indonesia didominasi oleh salah satu perusahaan komputer raksasa didunia yaitu Acer. Acer senantiasa berkomitmen dalam bidang riset dan pengembangan, serta pemasaran untuk memahami perilaku, kebutuhan dan tuntutan konsumen. Untuk mendapatkan loyalitas pelanggan perusahaan perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi loyalitas pelanggannya. Loyalitas konsumen juga dapat terbentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini Untuk menganalisis pengaruh antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen terhadap citra merek dengan loyalitas konsumen sebagai mediasi pada laptop merek ACER di Surabaya

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen Acer di Surabaya. Sampel penelitian diambil dari konsumen Acer di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara tak acak (*non probability sampling*). Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *service quality* terhadap *customer satisfaction*, *customer loyalty*, dan *brand image* Acer di Surabaya, pengaruh positif antara *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dan *brand image* Acer di Surabaya, serta pengaruh positif antara *customer loyalty* terhadap *brand image* Acer di Surabaya, dan pengaruh positif *customer loyalty* memediasi pengaruh *service quality* terhadap *brand image* Acer di Surabaya, serta pengaruh *customer satisfaction* memediasi pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* Acer di Surabaya, terbukti kebenarannya.

Kata Kunci: *Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty, dan Brand image*

ABSTRACT

One phenomenon that occurs is expiration of era the computer and then shifted to a portable computer that is more practical in design with a variety of sizes and functions which we call the *notebook*. Early development of the computer industry in Indonesia is dominated by one giant computer company in the world, namely Acer. Acer is committed in research and development, and *marketing* to understand the behavior, needs and demands of consumers. To gain *customer loyalty* companies need to do a proper *marketing* strategy that can affect *customer loyalty*. Consumer loyalty can also be formed of satisfaction perceived by consumers. The purpose of this study to analyze the influence of *service quality* and *customer satisfaction* on *brand image* and *customer loyalty* as mediation.

This study causal research design. Data used in this study is quantitative. The population used is the consumers Acer in Surabaya. Samples were taken from consumers Acer in Surabaya. The sampling technique in this study is non-probability sampling. The analysis technique used to test the hypothesis of this research is Structural Equation Model (SEM).

Based on the results of the analysis showed that there is a positive influence of *service quality* on *customer satisfaction*, *customer loyalty*, and *brand image* of Acer in Surabaya, positive influence between *customer satisfaction* on *customer loyalty* and *brand image* of Acer in Surabaya, as well as positive influence between *customer loyalty* on *brand image* of Acer in Surabaya, and positive influence between *customer loyalty* mediate the influence of *service quality* on *brand image* Acer in Surabaya, as well as the influence of *customer satisfaction* mediate the influence of *service quality* on *customer loyalty* Acer in Surabaya, proven true.

Keywords: *Service quality, Customer satisfaction, Customer loyalty, Brand image*