

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *INNOVATION CAPABILITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA MASKAPAI GARUDA
INDONESIA DI SURABAYA**



**OLEH :
CALVIN REKWAN LIONARDI
3103011300**

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

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *INNOVATION CAPABILITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA MASKAPAI GARUDA
INDONESIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

CALVIN REKWAN LIONARDI

3103011300

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

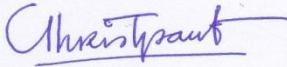
PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *INNOVATION CAPABILITY* DAN
CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA MASKAPAI GARUDA
INDONESIA DI SURABAYA

OLEH:

CALVIN REKWAN LIONARDI
3103011300

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

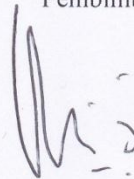
Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPMAP

Tanggal: 15/01/2016

Pembimbing II,



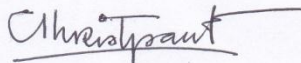
Maria Mia Kristanti, SE, MM

Tanggal: 15/01/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Calvin Rekwon Lionardi NRP.3103011300 telah diuji pada tanggal 29 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji





Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPMAP
NIK.311.89.0163

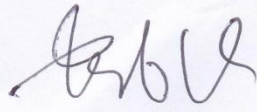
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan



Dr. Lodovicus Lasdi, S.E., M.M
NIK.321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si
NIK.311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : CALVIN REKWAN LIONARDI

NRP : 3103011300

Judul : **PENGARUH *SERVICE QUALITY, INNOVATION CAPABILITY*
DAN CORPORATE IMAGE TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA MASKAPAI
GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**

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

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Januari 2016

Yang menyatakan,



(CALVIN REKWAN LIONARDI)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala bantuan, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya Bapak KWAN THAK KIEM dan Ibu LIONG GIN FONG yang telah memberi doa dan dukungan baik secara moral maupun materi selama penulis menempuh perkuliahan ini. Serta adik kandung saya, Delvin Rekwan Lionardi, KWAN yang memberikan dukungan selama menempuh perkuliahan.
2. Teman seperjuangan saya Delvin Rekwan Lionardi, KWAN, Samuel Christian Soendjojo, Stephanus Adinata (Gaje), Welly Hartono, Adrian (papa), Hagi Pranata yang telah bersama-sama berjuang untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Teman-teman: Daud Agus Setiawan, Kartika Sari, Terry Tanujaya, Kent Tanuwijaya, Matius Josriadi, Vendy Wijaya, Amanda Irma Wijaya, Juwita Yuliana, Agree Septia, Edwin Tanujaya, Michael Abidi, Ivan Kr, Joseph Vincent.
4. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, S.E., M.M., CPMAP selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta

memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Semua sahabat di kampus, terima kasih atas setiap kontribusi yang kalian berikan. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 29 Januari 2016

Peneliti,

(CALVIN REKWAN LIONARDI)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. <i>Service Quality</i>	14
2.2.2. <i>Innovation Capability</i>	16
2.2.3. <i>Corporate Image</i>	18
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	19

2.2.5. <i>Customer Loyalty</i>	21
2.3. Hubungan antar Variabel	22
2.3.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.2. Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.3. Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	23
2.4. Model Penelitian	24
2.5. Hipotesis.....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1. Desain Penelitian	26
3.2. Identifikasi Variabel.....	26
3.3. Definisi Operasional Variabel	27
3.3.1. <i>Service Quality</i>	27
3.3.2. <i>Innovation Capability</i>	28
3.3.3. <i>Corporate Image</i>	28
3.3.4. <i>Customer Satisfaction</i>	29
3.3.5. <i>Customer Loyalty</i>	30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data	31
3.5. Skala Pengukuran Data.....	31
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	31
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1. Uji Validitas	33

3.8.2. Uji Normalitas	34
3.8.3. Uji Reabilitas.....	34
3.8.4. Uji Kecocokan Model	35
3.3.5. Uji Kecocokan Model Struktural.....	35
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Karakteristik Responden.....	36
4.2. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	36
1. Statistik deskripsi variabel <i>Service Quality</i>	37
2. Statistik deskripsi variabel <i>Innovation Capability</i>	38
3. Statistik deskripsi variabel <i>Corporate Image</i>	39
4. Statistik deskripsi variabel <i>Customer Satisfaction</i>	40
5. Statistik deskripsi variabel <i>Customer Loyalty</i>	42
4.3. Uji Kecocokan Pengukuran Model.....	43
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.3.2. Uji Normalitas Data	44
4.4. <i>Structural Model</i>	46
4.4.1. Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit</i>)	47
4.5. Pengujian Hipotesis	51
4.6. Pembahasan	53
4.6.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Maskapai Garuda Indonesia di Surabaya	54
4.6.2. Pengaruh <i>Innovation Capability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Maskapai Garuda Indonesia di Surabaya	54

4.6.3. Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Maskapai Garuda Indonesia di Surabaya	55
4.6.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> pada Maskapai Garuda Indonesia di Surabaya	55
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1.	Tingkat Ketepatan Penerbangan.....8
Tabel 1.2.	<i>Market Share</i> Penumpang Domestik.....8
Tabel 1.3.	Meningkatnya Kinerja Perseroan.....9
Tabel 2.1.	Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Saat Ini 14
Tabel 3.1.	Uji Kecocokan Model Penelitian.....35
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden.....36
Tabel 4.2.	Kategori Mean Jawaban Responden.....37
Tabel 4.3.	Statistik deskripsi variabel <i>Service Quality</i>37
Tabel 4.4.	Statistik deskripsi variabel <i>Innovation Capability</i> ...38
Tabel 4.5.	Statistik deskripsi variabel <i>Corporate Image</i>39
Tabel 4.6.	Statistik deskripsi variabel <i>Customer Satisfaction</i>40
Tabel 4.7.	Statistik deskripsi variabel <i>Customer Loyalty</i>42
Tabel 4.8.	<i>Measurement Model</i> Variabel Eksogen dan Endogen.....43
Tabel 4.9.	Uji <i>Univariate Normality</i>45
Tabel 4.10.	Uji <i>Multivariate normality</i>46
Tabel 4.11.	Pengukuran Model.....47
Tabel 4.12.	<i>Strucktural Equation</i>48
Tabel 4.13.	Pengujian Hipotesis52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2. Model Penelitian	24
Gambar 4.1. Estimasi Model SEM (<i>Estimate</i>)	48
Gambar 4.2. Estimasi Model SEM (<i>Standardized Solution</i>).....	50
Gambar 4.3. Estimasi Model SEM (<i>T-value</i>)	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.

Lampiran 2: Data Penelitian.

Lampiran 3: Analisis Deskriptif Variabel Penelitian dan Identitas Responden.

Lampiran 4: Output Lisrel.

Pengaruh *Service Quality*, *Innovation Capability* Dan *Corporate Image* Terhadap *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* Pada Maskapai Garuda Indonesia Di Surabaya

ABSTRAK

Kualitas jasa merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi. Kualitas jasa layanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata-kata yang disampaikan pelanggan, pelayanan, kualitas dan tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen dan sistem kinerja cara pelayanan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas layanan, kemampuan inovasi, citra korporasi terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada Maskapai Garuda Indonesia di Surabaya. Data diperoleh dari 150 responden yang berusia minimal 25 tahun dan pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia minimal 3 kali dalam 1 tahun terakhir. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structrural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality*, *Innovation Capability* dan *Corporate Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, kemudian *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Innovation Capability*, *Corporate Image*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.

The Effect of Service Quality, Innovation Capability and Corporate Image of Customer Satisfaction and Customer Loyalty to Garuda Indonesia Airline in Surabaya

ABSTRACT

The quality of services is one of the aspects that contribute to the success of an organization. The quality of this service, which is put more emphasis on the words that delivered customer, service, quality and level. Best service to customers and the level of service quality is consistently the best way to brings the expectations of consumers and system performance of the service.

The purpose of this research was to determine whether there is a relationship between the quality of service, the ability of innovation, corporate image on customer satisfaction and customer loyalty in the Airlines Garuda Indonesia in Surabaya. Data were obtained from 150 respondents aged at least 25 years and use the services of the Garuda Indonesia airline flights at least 3 times in the last 1 year. The analysis technique used in this study is Structrural Equation Model (SEM).

The results showed that the quality of service, Innovation capability and Corporate Image positive and significant impact on customer satisfaction, and customer satisfaction positive and significant impact on customer loyalty.

Keyword: Service Quality, Innovation Capability, Corporate Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty.