

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER  
LOYALTY* PADA PRODUK *BLACKBERRY*  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI S-1**



**OLEH :**  
**REVIDA PUTRI LESTRIANA**  
**3103012264**

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

**HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA PRODUK *BLACKBERRY*  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

Oleh:  
REVIDA PUTRI LESTRIANA  
3103012264

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2016

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

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Revida Putri Lestriana

NRP : 3103012264

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Product Quality* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Produk *Blackberry* Di Surabaya.

Menyatakan bahwa tugas akhir 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, 15 Januari 2016

Yang menyatakan,



Revida Putri Lestriana

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*  
*LOYALTY* PADA PRODUK *BLACKBERRY*  
DI SURABAYA**

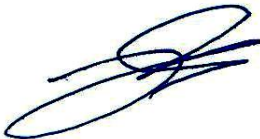
Oleh:

**REVIDA PUTRI LESTRIANA**

3103012264

Telah disetujui dan diterima dengan baik  
untuk diajukan kepada Tim Penguji

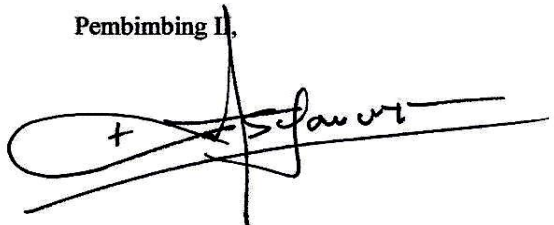
Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal: 15 Januari 2016

Pembimbing II,



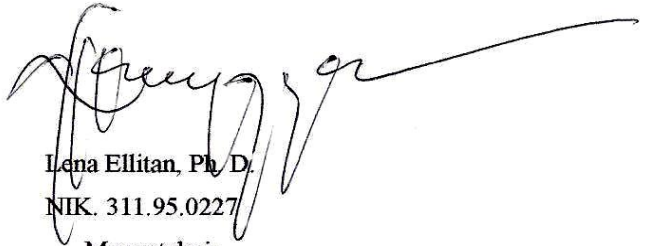
A.Y. Yan Wellyan T.P, SE., M.Si.

Tanggal: 15 Januari 2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh REVIDA PUTRI LESTRIANA, NRP 3103012264  
Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.


Ketua Tim Penguji



Lena Ellitan, Ph. D.

NIK. 311.95.0227

Mengetahui:

Dekan,  
  
UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA SURABAYA  
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak.  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si

NIK. 311.99.0369

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur Kehadirat Tuhan YME karena atas Kasih, Berkah, Rahmat dan Penyertaan-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PRODUK *BLACKBERRY* DI SURABAYA”.

Terselesainya skripsi ini tidak berarti apapun tanpa adanya doa, dukungan, semangat, serta motivasi dari kedua orang tua saya yang bijaksana, yang telah mendidik, merawat, serta membesarkan saya dengan penuh kasih sayang sehingga dapat menjadi seperti sekarang ini. Untuk Ibuku yang selalu menjadi motivasiku, semangatku, panutanku, dan yang selalu setia menjadi teman, sahabat, yang tanpa henti selalu menyematkan doa untukku, tanpa henti memberi perhatian dan nasehat, Ibu yang selalu memberi yang terbaik bagiku, terima kasih banyak. Untuk Ayahku yang selalu menyelipkan namaku disetiap doa yang selalu mengiri langkahku dan sudah bekerja keras hingga bisa memberikan fasilitas pendidikan untukku hingga saat ini. Ayah adalah lelaki terbaik di dunia ini.

Penulis telah berhutang terlalu besar kepada orang-orang yang selama ini telah membimbing dan memberikan dukungan penuh, selama penulis menempuh masa studi selama ini. Bagaimanapun juga dengan segala kerendahan hati, dari lubuk hati yang paling dalam, suatu anugerah dari Tuhan YME yang memberikan kepada saya untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak. 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 H. L., SE., M.Sc, selaku Sekretaris Jurusan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Hendro Susanto, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing I yang dengan ikhlas dan penuh kesabaran, selalu bersedia memberi waktu, kesabaran, semangat, nasehat serta ilmu yang diberikan selama masa bimbingan dari awal perkuliahan hingga akhir terselesainya skripsi ini. Rasa terima kasih yang tak teruntai lewat kata-kata tak mungkin bisa membalas kebaikan Bapak. Semoga selalu sukses dan selalu mendapat berkah dari Tuhan YME
5. Bapak A.Y.Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak atas waktu yang telah diluangkan, bimbingan, kesabaran, saran, kepercayaan, pengertian serta masukan-masukan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Dosen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan segala ilmu yang bermanfaat selama saya menimba ilmu. Dosen-dosen yang sangat luar biasa khususnya dari rumpun pemasaran, yang selalu menginspirasi saya dengan cara mengajar yang baik, dan penuh kesabaran serta memberi semangat dukungan agar menjadi seorang ahli dalam bidang ini.
7. Para Bapak dan Ibu Staff di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan kemudahan untuk membantu terselesainya dokumen pendidikan saya dan atas terselesainya studi saya ini dengan lancar.

8. Untuk kedua orang tuaku, saudara-saudaraku Fredy Prasetya, Andika Dananjaya, Fitri Atikasari, Yuvita Lopian, Indra Surya dan keluarga yang selalu memberi motivasi dan canda tawa dikala kejenuhan datang pada saat pengerjaan skripsi ini.
9. Untuk Galuh Saputra, *thanks for being my beloved* yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah, memberi perhatian, nasehat, arahan, selalu menemani pada saat pengerjaan skripsi ini, serta menjadi pengingat akan masa depan yang cerah.
10. Untuk Lisa Kartikasari dan Nella Setyawati *thanks for being my crazy sister* yang menemani pada saat pengerjaan skripsi ini, dan semua “sepatu kaca” Intan Kusuma, Ucil, Rahajeng, Nia, Tyara terima kasih atas kehadiran dan support yang luar biasa hingga aku bisa termotivasi.
11. Untuk “BIDU”, *you're the best!* kalianlah yang selalu bikin masa kuliahku jadi indah, selalu memberi semangat saat aku sedang dalam kondisi paling buruk. Amelia Ramadhani, Jessy Novita, Bunga Rahayu, Frissilya Making, Deny, Wido, Lando, Allan, I'm very grateful having best friends like you. Kalian semua paling bisa membuat aku semangat, ketawa, dan bahagia.
12. Untuk “Ahaide”, *you're my sister in the campus! I'm very grateful having best friends like you.* Diana Laurensia, Chinthia Anindya, Yenny Tamara. Kalian semua paling bisa membuat aku semangat, ketawa, dan bahagia. kata-kata kalian selalu bisa bikin stress hilang. Semoga sukses untuk kita semua.
13. Pihak-pihak lain yang tidak tercantum disini dan tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu, yang telah memberikan masukan, dukungan dan bantuan doa kepada saya selama saya menempuh pendidikan ini hingga terselesainya skripsi ini.



Penulis menyadari bahwa skripsi ini bukanlah akhir dari pencapaian dan perjuangan melainkan awal dari sebuah kehidupan baru dan tanggung jawab baru sebagai seorang sarjana manajemen. Sehingga penulis tetap mengharapkan doa dan dukungan dari semua pihak agar setiap ilmu yang penulis peroleh dapat berguna bagi masyarakat, bangsa, dan negara.

Pada akhirnya penulis menyadari skripsi ini sangat jauh dari sempurna. Kekurangan dan kesalahan yang ada mungkin dapat digunakan sebagai bahan pemikiran untuk kesempurnaan penulisan-penulisan selanjutnya. Harapan saya, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca yang berkepentingan dengan penulisan ini.

Allah Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang memberkati kita semua. Aamiin.

Surabaya, Januari 2016

Revida Putri Lestriana

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	1ii
DAFTAR GAMBAR.....	1iii
DAFTAR LAMPIRAN .....	3
ABSTRAK .....	4
<i>ABSTRACT</i> .....	5
BAB 1PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penelitian .....	6
BAB 2TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 <i>Brand Image</i> .....	10
2.2.2 <i>Product Quality</i> .....	11
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	17
2.2.5 Hubungan Antar Variabel.....	18

2.3	Kerangka Konseptual Penelitian .....	21
2.4	Hipotesis.....	22
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>		<b>23</b>
3.1	Desain Penelitian.....	23
3.2	Identifikasi Variabel.....	23
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3.1	<i>Brand Image</i> ( $X_1$ ) .....	24
3.3.2	<i>Product Quality</i> ( $X_2$ ).....	24
3.3.3	<i>Customer Satisfaction</i> ( $Y_1$ ).....	24
3.3.4	<i>Customer Loyalty</i> ( $Y_2$ ).....	25
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	25
3.5	Pengukuran Variabel .....	26
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.8	Teknik Analisis Data.....	28
3.8.1	Asumsi Asumsi <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	28
3.9	Uji Kecocokan Model Pengukuran ( <i>measurement model</i> <i>fit</i> ).....	31
3.9.1	Uji Hipotesis.....	32
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>33</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	33
4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	34
4.3	Uji Asumsi SEM .....	39
4.3.1	Uji Normalitas .....	39
4.3.2	<i>Multivariate Normality</i> .....	40
4.3.3	Uji Validitas .....	41
4.3.4	Uji Reliabilitas.....	42

4.3.5 Uji Kecocokan Model.....	43
4.3.6 Persamaan Struktural.....	44
4.3.7 Pengujian Hipotesis.....	45
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>46</b>
4.4.1 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Produk <i>Blackberry</i> di Surabaya .....	46
4.4.2 <i>Product Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Produk <i>Blackberry</i> di Surabaya .....	47
4.4.3 <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Produk <i>Blackberry</i> di Surabaya .....	48
4.4.4 <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Produk <i>Blackberry</i> di Surabaya .....	48
4.4.5 <i>Product Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Produk <i>Blackberry</i> di Surabaya .....	49
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1 Simpulan .....	50
5.2 Saran .....	51
5.2.1 Saran Praktis.....	51
5.2.2 Saran Akademis.....	52

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang.....	8
4.1 Tabel Jenis Kelamin.....	33
4.2 Tabel Interval Rata-Rata Skor.....	34
4.3 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> .....	35
4.4 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i> .....	36
4.5 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	37
4.6 Tabel Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	38
4.7 Tabel Hasil Uji Univariate Normality.....	39
4.8 Tabel Hasil Uji Multivariat Normality.....	40
4.9 Tabel Hasil Uji Validitas.....	41
4.10 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.11 Tabel Hasil Uji Kecocokan Model.....	43
4.12 Tabel Pengujian Hipotesis.....	45

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
--	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Nomor :

1. Kuesioner
2. Karakteristik Responden
3. Statistik Deskriptif Variabel
4. Uji Normalitas
5. Hasil Output Lisrel
6. Uji Reliabilitas
7. Output Gambar Estimates
8. Output Gambar T-Value
9. Output Gambar Standardize Solution

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *brand image* dan *product quality* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Loyalitas pelanggan adalah salah satu hal yang penting untuk diperhatikan dalam industri telekomunikasi saat ini, dimana persaingan semakin ketat, sehingga *Blackberry* sebagai penyedia layanan telekomunikasi seluler agar dapat mempertahankan pelanggan setia terhadap produk-produknya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 200 responden yang mengetahui produk *Blackberry*. Data dikumpulkan dengan instrumen kuesioner dan selanjutnya diolah dengan teknik analisis *Structural Equation Model* dengan menggunakan program LISREL. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*.

**Kata Kunci:** *Brand Image; Product Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty*



## **ABSTRACT**

*This survey is aimed to evaluate the effect that Brand Image and Product Quality have on Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Product Blackberry in Surabaya. Customer loyalty is becoming a key factor in the telecommunication industry whereby competition is rife, such that Blackberry, as one of the major players in the industry, hopes to maintain her loyal customers.*

*This study is a research clause. The sampling technique using non probability sampling with purposive sampling. The number of samples used is 200 respondents who knows about Blackberry product. Data were collected by questionnaire and processed further with Structural Equation Model analysis techniques by using LISREL program. This study shows that Brand Image has a positive effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a positive effect on Customer Satisfaction, Brand Image has a positive effect on Customer Loyalty, Product Quality has a positive effect on Customer Loyalty,, and Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty.*

***Keywords : Brand Image; Product Quality; Customer Satisfaction;  
Customer Loyalty***