

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION PADA KARTU SELULER SIMPATI
DI SURABAYA**



**OLEH:
FEBRIAN RIO SAPUTRA
3103010154**

**FAKULTAS BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN
CUSTOMER SATISFACTION PADA KARTU SELULER SIMPATI
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

Untuk memenuhi sebagian prasyarat

Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH :

Febrian Rio Saputra

3103010154

FAKULTAS BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA KARTU SELULER SIMPATI
DI SURABAYA**


Oleh:

Febrian Rio Saputra

3103010154

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

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Tanggal: 2.6.2014

Pembimbing II,

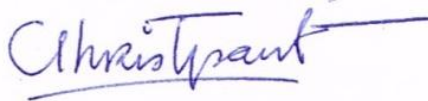


Drs./Ec. Jeffrey Sunur
Tanggal: 2-6-2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Febrian Rio Saputra NRP 3103010154,
telah diuji pada tanggal 22 Juli 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji

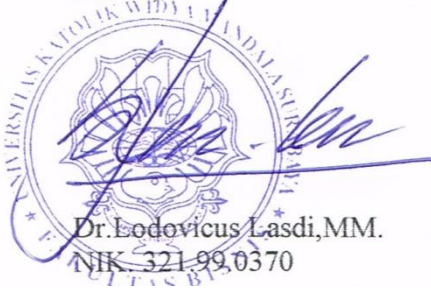
Ketua Tim Penguji:



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

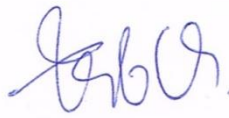
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM.
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 : Febrion Rio Saputra

NRP : 3103010154

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Perceived Value* Dan *Customer Satisfaction* Pada Kartu Seluler Simpati Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir 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, Juni 2014

Yang menyatakan,



(Febrion Rio Saputra)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena rahmat dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* Pada Kartu Seluler Simpati di Surabaya”. Ini Bertujuan Untuk Memenuhi Persyaratan Penyelesaian Program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) sebagai dosen pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Drs. Ec. Jeffrey Sunur sebagai dosen pembimbing II yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.

5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.
6. Orang tua dan saudara atas dukungan doa serta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Kekasihku, Elizabeth Christien Septiana. Terima kasih atas semangat, dukungan, serta doa, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman-teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara terperinci namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini;

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juni 2014

Febrian Rio Saputra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penulisan.....	10
1.4. Manfaat Penulisan.....	11
1.5. Sistematika Skripsi.....	12
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	14
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Landasan Teori.....	17
2.3. Model Penelitian.....	34
2.4. Hipotesis.....	35
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....	37
3.1. Desain Penelitian.....	37

3.2. Identifikasi Variabel.....	37
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	39
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	40
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	41
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.9. Teknik Analisis Data.....	43
BAB 4. PEMBAHASAN.....	50
4.1. Karakteristik Responden.....	50
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.3. Uji Asumsi Sem.....	57
4.4. Pembahasan.....	69
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1. Simpulan.....	82
5.2. Saran.....	84

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Top Brand Indonesia Kategori Telekomunikasi.....	4
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	46
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2. Usia.....	50
Tabel 4.3. Berdomisili di Surabaya.....	50
Tabel 4.4. Mengetahui bahwa kartu seluler simpati adalah produk PT. Telkomsel.....	51
Tabel 4.5. Interval Rata - Rata Skor.....	52
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Corporate Image</i>	52
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Perceived Value</i>	53
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	54
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	55
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	57
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	58
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.14. Ikhtisar <i>Goodness of Fit</i>	63
Tabel 4.15. Nilai Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3 . Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Output Lisrel
- Lampiran 9. Gambar T-Value
- Lampiran 10. Gambar Standardized
- Lampiran 11. Gambar Estimates

ABSTRAK

Citra perusahaan (*corporate image*) adalah seluruh kesan yang ada dalam pikiran konsumen tentang suatu perusahaan. Citra perusahaan sangat penting dan perlu dipertahankan bagi perusahaan. Sebuah citra perusahaan yang baik akan berdampak pada nilai yang dirasakan pelanggan (*customer perceived value*). Tingginya tingkat nilai yang dirasakan pelanggan akan mengakibatkan konsumen memiliki kepuasan terhadap produk. Dengan kepuasan konsumen akan dapat membangun sebuah loyalitas pelanggan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer perceived value* dan *customer satisfaction* pada kartu seluler Simpati di Surabaya

Pada penelitian ini yang digunakan adalah penelitian konklusif pada studi penelitian eksperimental atau sebab dan akibat. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah *non - probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sample yang digunakan berjumlah 200 orang konsumen pengguna kartu seluler simpati di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *struktural equation model* dengan bantuan program LISREL. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *corporate image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* baik secara langsung atau secara tidak langsung melalui *customer perceived value* dan *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Corporate Image; Customer Perceived Value; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

ABSTRACT

Corporate image is the entire impression in the minds of consumers about a company. Corporate image is very important and should be maintained for the company. A good corporate image will have an impact on customer perceived value. the high level of customer perceived value will result in the consumer having the satisfaction of the product. with customer satisfaction then it will be able to build a customer loyalty. This research aims to determine the influence of corporate image on customer loyalty through customer perceived value and customer satisfaction on mobile cards Simpati in Surabaya.

Used in this study are conclusive studies on experimental research studies or cause and effect. Sampling techniques used are non - probability sampling. This type of method used was purposive sampling. Samples used were 200 consumer mobile users Simpati card in Surabaya. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is structural equation model with the help of LISREL program. The results of this analysis indicate that corporate image has a significant effect on customer loyalty either directly or indirectly through customer perceived value and customer satisfaction.

Keywords: *Brand Image; Customer Perceived Value; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*