

**PENGARUH *ETHICAL SALES BEHAVIOR*, *DAN BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI SURABAYA**



**OLEH:  
DAVID WITJHIASONO  
3103015230**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019**

PENGARUH *ETHICAL SALES BEHAVIOR*, *DAN BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* PADA PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI  
SURABAYA

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
Untuk memnuhi sebagian persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

Oleh :  
DAVID WITJHIASONO  
3103015230

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2019

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA *ETHICAL SALES BEHAVIOR, BRAND IMAGE, CUSTOMER LOYALTY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PRUDENTIAL LIFE ASSURANCE DI SURABAYA**

OLEH:

DAVID WITJHIASONO

3103015230

Telah Disetujui dan Diterima dengan baik  
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

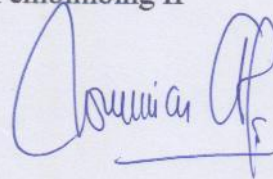
Pembimbing I



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si.

NIK: 311 96 0252

Pembimbing II



Monica Ajeng Erwita, S.Sos., MM.

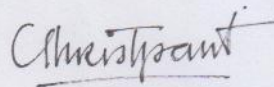
NIK: 311.13.0754

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: David Witjhiasono      NRP 3103015230

Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



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

NIK: 311. 89.0163

Mengetahui:

Dekan  
  
Dr. Lodovicus Lasdi., MM,CA.,Ak.,CPAI  
NIK: 321.99.0370

Ketua Jurusan



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

NIK: 311.11.0678



**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 : David Witjhiasono

NRP : 3103015230

Judul Skripsi : Analisis Hubungan Antara *Ethical Sales Behavior*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction* Pada Prudential Life Assurance 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, 23-01-2019

Yang menyatakan



(David.W)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas rahmat dan kasih karunia-Nya penullis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik . Penulisan tugas akhir ini berjudul “Analisis Hubungan Antara *Ethical Sales Behavior, Brand Image, Customer Loyalty,* dan *Customer Satisfaction* Pada Prudential Life Assurance di Surabaya”. Tugas akhir ini dilakukan 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 dan mendukung penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Dr.Fenika Wulani , SE.,M.Si selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Monica Ajeng Erwita,S.Sos.,MM selaku dosen pembimbing 2 yang telah dengan sangat sabar membimbing, memberikan banyak saran, dan mengarahkan penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Maria Mia Kristanti SE.,MM selaku dosen wali yang telah membimbing penulis selama menempuh kuliah dari semester awal sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah mengajar dan membagikan ilmu dan pengetahuan semasa penulis menjalani perkuliahan selama ini
6. Orang tua penulis mama marta haryati serta keluarga besar yang mendukung dengan doa dan memberikan semangat untuk penulis dapat menjalani studi selama ini

7. Teman-teman grup marketing yang sudah sama-sama berjuang selama masa studi
8. Rekan-rekan peneliti (Marcell, Bobby, Ronaldo, Indra, Gino) terima kasih sudah memberikan saran, motivasi dan info-info yang penting sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu untuk mengisi kuesioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran dan tenaga. Oleh sebab itu penulis menerima semua kritik maupun saran yang membangun. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, Dengan segenap kerendahan hati penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 10 Januari 2019

David Witjhiasono

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 <i>Ethical Sales Behavior</i> .....	8
2.1.2 <i>Brand image</i> .....	8
2.1.3 <i>customer satisfaction</i> .....	10
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> .....	10
2.2 Penelitian Terdahulu.....	11
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	14
2.4 Model Penelitian .....	16
2.5 Hipotesis .....	17
BAB 3. METODE PENELITIAN	



3.1 Desain Penelitian .....	18
3.2 Variabel Penelitian.....	18
3.3 Definisi Operasional .....	19
Ethical sales behavior .....	19
Brand Image .....	19
Brand satisfaction .....	19
Consumer Loyalty .....	20
3.4 Populasi , Sampel Dan Teknik Sampling .....	20
3.5 Jenis Dan Sumber Data.....	21
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	21
3.7 Teknik Analisis Data.....	22
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Karakteristik Responden .....	25
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	25
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	26
4.2 Deskripsi Data.....	26
4.3 Analisis Data SEM.....	30
4.3.1 Uji Normalitas .....	30
4.3.2 Uji Validitas.....	31
4.3.3 Uji Reliabilitas .....	31
4.3.4 Uji Kecocokan Model.....	32
4.3.5 Persamaan Struktural .....	32
4.4 Pengujian Hipotesis Penelitian .....	33
4.5 Pembahasan.....	34
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	38
5.2 Keterbatasan .....	39
5.3 Saran .....	39
5.3.1 Saran Akademis .....	39
5.3.2 Saran Praktis .....	40

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Angka Penyebab Kematian Tertinggi Di Indonesia .....	2
2. Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang .....	9
3. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	24
4. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	25
5. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	25
6. Tabel 4.4 Interval Rata-Rata Variabel Penelitian .....	26
7. Tabel 4.5 Nilai Rata-Rata Variabel Ethical Sales Behavior .....	26
8. Tabel 4.6 Nilai Rata-Rata Variabel Brand Image .....	27
9. Tabel 4.7 Nilai Rata-Rata Variabel Customer Satisfaction .....	28
10. Tabel 4.8 Nilai Rata-Rata Variabel Customer Loyalty .....	29
11. Tabel 4.9 Hasil Univariate Normality .....	30
12. Tabel 4.10 Test Of Multivariate Normality For Continous Variables .....	31
13. Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Penelitian .....	31
14. Tabel 4.12 Hasil Uji Perhitungan Reliabilitas .....	32
15. Tabel 4.13 Pengujian Model Fit .....	33
16. Tabel 4.14 Persamaan Struktural .....	34
17. Tabel 4.15 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis .....	35

## DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.1 Angka Penyebab Kematian Tertinggi Di Indonesia Tahun 2014 ...2
2. Gambar 2.1 Model Penelitian .....19

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
2. Lampiran 2. Karakteristik Responden
3. Lampiran 3. Uji Normalitas
4. Lampiran 4. Uji Reliabilitas
5. Lampiran 5. Output Lisrel
6. Lampiran 6. Diagram T-Values
7. Lampiran 7. Diagram Standardized Solution
8. Lampiran 8. Diagram Estimates



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan *Ethical Sales Behavior*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*, dan *Customer Satisfaction* Pada Prudential Life Assurance di Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dan menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Data primer dikumpulkan dari 130 responden. Teknik analisis penelitian ini menggunakan metode analisis *structural equation modeling* dengan program LISREL .

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *Ethical sales behavior* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (2) *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; (3) *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti merekomendasikan kepada pihak manajemen Prudential Life Assurance di Surabaya untuk mengedepankan *ethical sales behavior* dan *customer satisfaction* sehingga konsumen dapat lebih loyal dan dapat merekomendasikan kepada calon konsumen lainnya

**Kata kunci :** *Ethical Sales Behavior, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

# **Analyze The Impact Of Ethical Sales Behavior, Brand Image, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction at Prudential Life Assurance in Surabaya**

## **ABSTRACT**

The purpose of this research is to examine the relation of Ethical Sales Behavior, Brand Image, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction at Prudential Life Assurance in Surabaya. This research is a causal research and using questionnaire method. Primary data was collected from 130 respondents. The analysis technique of this study uses the analysis method of structural equation modeling with the LISREL program.

The results of this study indicate that: (1) Ethical sales behavior has a positive and significant effect on customer price satisfaction; (2) brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction; (3) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Based on the research conducted, the researcher recommends the management of Prudential Life Assurance in Surabaya to prioritize ethical sales behavior and customer satisfaction so that consumers can be more loyal and can recommend to other prospective customers

**Keywords: Ethical Sales Behavior, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**