

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI *CUSTOMER LOYALTY*
PADA *HANDPHONE XIAOMI*
DI SURABAYA**



OLEH :

RICAN CLINTON SITORUS

3103012100

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALASURABAYA
2018

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI *CUSTOMER LOYALTY*
PADA *HANDPHONE XIAOMI*
DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK

WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

OLEH:

RICAN CLINTON SITORUS

3103012100

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* MELALUI *CUSTOMER LOYALTY* PADA *HANDPHONE XIAOMI* DI SURABAYA

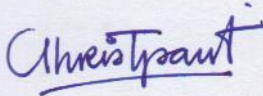
Oleh:

RICAN CLINTON SITORUS
3103012100

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



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

Tanggal: 15.10.2018



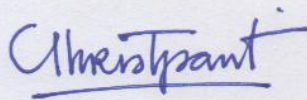
Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Rican Clinton Sitorus NRP 3103012100 Telah diuji pada tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



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

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM
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 : Rican Clinton Sitorus

NRP : 3103012100

Judul Skripsi : PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *WORD OF MOTH*
MELALUI *CUSTOMER LOYALTY* PADA
HANDPHONE XIAOMI 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, Desember 2018

Yang menyatakan,



(Rican Clinton Sitorus)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas anugerah, kasih karunia, dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Customer Satisfaction* Dan *Brand Image* Terhadap *Word Of Mouth* Melalui *Customer Loyalty* Pada *Handphone Xiaomi* Surabaya”. Tugas akhir 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 sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit,SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP) selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Wakil Ketua JurusanManajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya dan Pembimbing II.
5. Segenap Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.

6. Tim AsDos Pelatihan Alat Statistik yang banyak memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2014.
8. Kedua Orang Tua yang merupakan tujuan utama penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Orang – orang terdekat saya yang membatu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.
10. Pihak-pihak yang berkepentingan yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, Oleh karena itu, kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 2018

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined. iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 <i>Customer Satisfaction</i>	8
2.2.2 <i>Brand Image</i>	12
2.2.3 <i>Customer Loyalty</i>	14

2.2.4 <i>Word Of Mouth</i>	16
2.2.5 Hubungan Antar Variabel	19
2.3. Model Penelitian.....	21
2.4. Hipotesis	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel	23
3.3 Definisi Operasional Variabel	23
3.4 Pengukuran Variabel	25
3.5 Jenis dan Sumber Data	25
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	26
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.8.3 Uji Normalitas.....	28
3.8.4 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	29
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural	31
3.8.6 Uji Hipotesis.....	31
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Karakteristik Responden	32
4.1.1 Pengguna <i>Handphone Xiaomi</i>	32
4.1.2 Berusia minimal 18 tahun	32
4.1.3 Berdomisili Di Surabaya	33
4.1.4 Mengetahui Pesaing <i>Xiaomi</i>	33
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	34
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	35
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	36

4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	37
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i>	38
4.3 Uji Asumsi SEM.....	39
4.3.1 Uji Normalitas	39
4.3.2 Uji Validitas.....	41
4.3.3 Uji Reliabilitas	42
4.3.4 Uji Kecocokan Model Struktural	46
4.4 UjiHipotesis.....	47
4.5 Pembahasan	49
4.5.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	49
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	50
4.5.3 Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Word Of Mouth</i>	51
4.5.4 Pengaruh <i>Customer Satifaction</i> terhadap <i>Word Of Mouth</i> melalui <i>Customer Loyalty</i>	52
4.5.5 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Word Of Mouth</i> melalui <i>Customer Loyalty</i>	53
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	54
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran akademis.....	55
5.2.2 Saran praktis.....	55
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	7
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna.....	32
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pesaing.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	33
Tabel 4.5 Interval Rata-Rata Skor.....	34
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	35
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	36
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	37
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Word Of Mouth</i>	39
Tabel 4.10 Hasil <i>Univariate Normality</i>	40
Tabel 4.11 Hasil <i>Multivariate Normality</i>	41
Tabel 4.12 Uji Validitas.....	41
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CS</i>	43
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability BI</i>	43
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CL</i>	44
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability WOM</i>	44
Tabel 4.17 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	46
Tabel 4.18 Hasil Uji Kecocokan Hipotesis.....	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kuesioner
2. Lampiran 2 : Karakteristik Responden
3. Lampiran 3a : Jawaban Responden tentang *Customer Satisfaction* dan *Brand Image*
4. Lampiran 3b : Jawaban Responden tentang *Customer Loyalty* dan *Word Of Mouth*
5. Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden
6. Lampiran 5 : Uji Normalitas
7. Lampiran 6 : Output SEM
8. Lampiran 7 : Path Diagram - *Estimates*
9. Lampiran 7 : Path Diagram – *Standardized Solution*
10. Lampiran 7 : Path Diagram – *T-value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Brand Image* terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty* pada *Handphone Xiaomi* di Surabaya. Di era Technology yang semakin maju, perusahaan dituntut untuk memberikan kepuasan dan menjaga citra merek agar tetap baik sehingga membuat konsumen menjadi loyal dan akan merekomendasikan produk *Xiaomi* dari mulut ke mulut ke orang sekitarnya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 120 responden. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah responden yang pernah memiliki *Handphone Xiaomi* dan berdomisili Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM dengan program LISREL.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *Customer Satisfaction* dan *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Loyalty* memiliki pengaruh terhadap *Word Of Mouth*. *Customer Satisfaction* dan *Brand Image* memiliki pengaruh terhadap *Word Of Mouth* melalui *Customer Loyalty*.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty, Word Of Mouth*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Customer Satisfaction and Brand Image on Word of Mouth through Customer Loyalty on Xiaomi Mobile in Surabaya. In the increasingly advanced technology era, companies are required to provide satisfaction and maintain a good brand image so that consumers become loyal and will recommend Xiaomi products by word of mouth to those around them.

The sampling technique used is non probability sampling by means of purposive sampling. The sample used in this study was 120 respondents. Characteristics of respondents in this study are respondents who have had Xiaomi Mobile and are domiciled in Surabaya. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique used is SEM analysis with the LISREL program.

The results of the study prove that Customer Satisfaction and Brand Image have an influence on Customer Loyalty. Customer Loyalty has an influence on Word of Mouth. Customer Satisfaction and Brand Image have an influence on Word of Mouth through Customer Loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty, Word Of Mouth