

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SONY
PLAYSTATION 4 DI SURABAYA**



**OLEH
ANDREW ENGGANO
3103015106**

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

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SONY
PLAYSTATION 4 DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

**OLEH
ANDREW ENGGANO
3103015106**

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

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

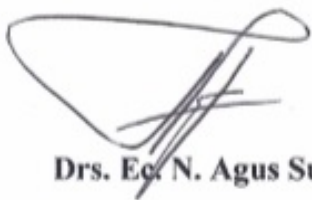
**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SONY
PLAYSTATION 4 DI SURABAYA
OLEH**

ANDREW ENGGANO

3103015106

**Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada tim penguji**

Pembimbing 1



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto., M.M.

NIK.311.92.0194

Tanggal 19/6/2019

Pembimbing 2



Yuliasti Ika Handayani. SE., M.M

NIK. 311.18.0983

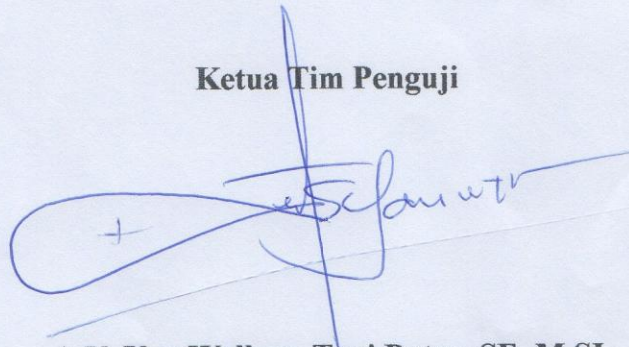
Tanggal 17-06-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Andrew Enggano NRP 3103015106

Telah diuji pada Tanggal 2 Juli 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



A.Y. Yan Wellyan Toni Putra. SE.,M.SI

NIK. 311.97.0285

Mengetahui.



Dekan
Dr. Ludovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA,CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



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

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andrew Enggano

NRP : 3103015106

Judul Skripsi : PENGARUH PRODUCT QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA SONY PLAYSTATION 4 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 Juni 2019

Yang menyatakan



(Andrew Enggano)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini berjudul “Pengaruh *Product quality* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Sony Playstation 4 di Indonesia. Penulisan tugas akhir 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 tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Bapak Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto., M.M..selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Yuliasti Ika Handayani. SE., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga saya yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan doa kepada saya sehingga dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.
7. Teman-teman saya yang setia bersama saya dalam keadaan susah maupun senang terutama The Outliers (Felix, kevin, Gabriel, Nanda, Albert, dan Donny),

8. Teman-teman satu bimbingan yang telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun agar kedepannya skripsi ini akan menjadi karya yang lebih baik. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi siapa saja yang membutuhkannya.

Surabaya, 19 Juni 2019

(Andrew Enggano)

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
ABSTRACT.....	xiv

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8

BAB 2. TINJUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Product Quality</i>	10
2.1.2 <i>Service Quality</i>	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	16
2.3.1 Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.2 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17

2.3.3 Hubungan <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
2.3.4 Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ...	19
2.3.6 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.7 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.4 Model Penelitian	21

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel	23
3.2.1 Identifikasi Variabel	23
3.2.2 Definisi Operasional	23
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan	28
3.6 Analisis Data	28
3.6.1 Uji Normalitas Data	29
3.6.2 Uji Validitas	29
3.6.3 Uji Reliabilitas	29
3.6.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	30
3.6.5 Uji Kecocokan Model Struktural	31
3.6.6 Uji Hipotesis 31	

BAB 4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.1 Karakteristik Responden	32
4.2 Deskripsi Data	33

4.3 Hasil Analisa Data	39
4.3.1 Uji Normalitas	39
4.3.2 Uji Validitas	40
4.3.3 Uji Reliabilitas	42
4.3.4 Uji Kecocokan Seluruh Model	44
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	45
4.3.6 Uji Hipotesis	46
4.4 Pembahasan	47

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	50
5.2 Keterbatasan Penelitian	52
5.3 Saran	52
5.3.1 Saran Akademik	52
5.3.2 Saran Praktis.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu dan Sekarang	15
Tabel 3.1. Tabel Aturan Skor	26
Tabel 3.2. Tabel Goodness of Fit Indices	31
Tabel 4.1. Tabel Distribusi Frekuensi Responden dibagi Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.2. Tabel Distribusi Frekuensi Responden dibagi Berdasarkan usia	33
Tabel 4.3. Tabel Interval rata-rata SOR	33
Tabel 4.4. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Variabel Product Quality	34
Tabel 4.5. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Tangibility	34
Tabel 4.6. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Reliability	35
Tabel 4.7. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Responsiveness	36
Tabel 4.8. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Asurances	36
Tabel 4.9. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Empathy	37
Tabel 4.10. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Variabel Customer Satisfaction	37
Tabel 4.11. Tabel Tanggapan Responden Mengenai Variabel Customer Loyalty	38
Tabel 4.12. Tabel Univariate Normality	39
Tabel 4.13. Tabel Multivariate Normality	40
Tabel 4.14. Tabel Uji Validitas	41
Tabel 4.15. Tabel Hasil Perhitungan Construct Reliability Product Quality	42
Tabel 4.16. Tabel Hasil Perhitungan Construct Reliability Service Quality	42
Tabel 4.17. Tabel Hasil Perhitungan Construct Reliability Customer Satisfaction	43
Tabel 4.18. Tabel Hasil Perhitungan Construct Reliability Customer Loyalty	44
Tabel 4.19. Tabel Uji Kecocokan Seluruh Model	44
Tabel 4.20. Tabel Hubungan Antar Variabel	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar Data Statistik Penjualan Konsol 2008-2017.....	5
Gambar 2.1. Gambar Model Penelitian.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Persyaratan Menjadi Responden

Lampiran 3a. Jawaban kuesioner mengenai variabel *Product Quality*

Lampiran 3b. Jawaban kuesioner mengenai variabel *Service Quality*

Lampiran 3c. Jawaban kuesioner mengenai variabel *Customer Satisfaction*

Lampiran 3d. Jawaban kuesioner mengenai variabel *Customer Loyalty*

Lampiran 4. Karakteristik Responden

Lampiran 5. Statistik Responden

Lampiran 6. Uji Normalitas

Lampiran 7. Output SEM

Lampiran 8a. Diagram Path (T Value)

Lampiran 8b. Diagram Path (Standardized Solution)

Lampiran 8c. Diagram Path (Estimates)

ABSTRAK

Peneleitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *product quality* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening pada pengguna konsol sony playstation 4 di Indonesia. Sony playstation 4 dalah konsol atau mesin yang diluncurkan oleh sony yang fungsi utamanya untuk bermain game. Populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang telah membeli dan menggunakan produk playstation 4. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, jumlah dari sampel adalah 200. Data dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuesioner pada orang-orang yang telah membeli dan menggunakan produk playstation 4 dari sony. Analisa data dilakukan dengan menggunakan *structural equation modeling*, dan hasil analisa data ditemukan bahwa *product quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* bila menggunakan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening, *service quality* juga mempengaruhi *customer loyalty* dengan menggunakan *customer satisfaction* sebagaivariabel intervening, *product quality* mempengaruhi *customer satisfaction* secara langsung, *service quality* mempengaruhi *customer satisfaction* secara langsung dan *customer satisfaction* mempengaruhi *customer loyalty* secara langsung. Tetapi *product quality* dan *service quality* tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara langsung terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *Product Quality, Service quality, customer satisfaction, customer loyalty*

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY USING CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENTION VARIABLE AT THE USERS OF SONY PLAYSTATION 4 IN INDONESIA.

The purpose of this research is to know the effect of product quality and service quality on customer loyalty using customer satisfaction as intervening variable on the users of of sony playstation 4 console. Playstation 4 is a console or an hardware from sony that have a main fuction for play a game. The population of this research is the users of playstation 4 console in Indonesia. The sampling method of this research use a probability sampling, it uses a 200 samples. The data is gathered by using an questionnaire that given to the users of playstation 4 console that have buy and played the product. The analyses technique at this research use structural equation modeling method. The conclusion from the analyse found that the product quality can effecting customer loyalty if there is an customer satisfaction, service quality can also effecting customer loyalty if there is an customer satisfaction, customer satisfaction effecting customer loyalty significantly, but product quality and service quality cannot effecting customer loyalty directly.

Key word: product quality, service quality, customer loyalty, customer satisfaction