

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**



**OLEH :  
CYNTHIA ANGGRAINI DENDY  
3103016083**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

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

OLEH:  
CYNTHIA ANGGRAINI DENDY  
3103016083

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2020

**HALAMAN PERSETUJUAN**

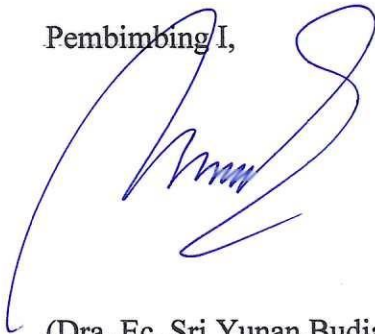
SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* PADA MASKAPAI PENERBANGAN  
GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**

Oleh:  
CYNTHIA ANGGRAINI DENDY  
3103016083

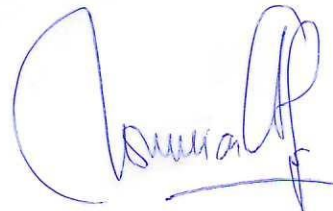
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



(Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.)  
NIDN. 0001065703  
Tanggal: 16/12/2019

Pembimbing II,

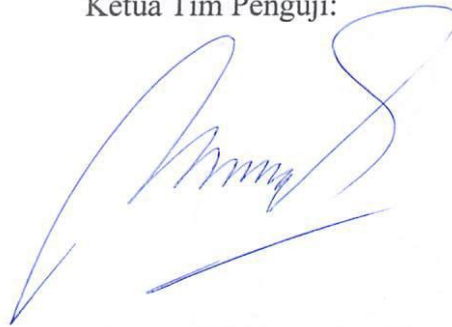


(Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM.)  
NIDN. 0703088602  
Tanggal: 19/12/2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Cynthia Anggraini Dendy dengan NRP 3103016083 telah diuji pada tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.  
NIDN. 0001065703

Mengetahui:

Dekan,  


Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPAI.  
NIDN. 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.  
NIDN. 0703087902

## 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 : Cynthia Anggraini Dendy

NRP : 3103016083

Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia 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, 7 Januari 2020  
Yang menyatakan



(Cynthia Anggraini Dendy)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas segala berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya” ini dengan baik. Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S-1 Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini, banyak pihak yang telah memberikan kontribusi berupa tenaga, pikiran, dan doa. Oleh karena itu penulis 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 Haribowo Lukito, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS selaku Dosen Pembimbing I skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan selalu sabar dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Ibu Monica Adjeng Erwita, S.Sos., MM selaku Dosen Pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, saran, motivasi dan selalu sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi yang sangat bermanfaat sebagai bekal dimasa depan.

7. Keluarga yang selalu ada dan memberikan doa, dukungan serta nasehat yang sangat berguna khususnya bagi mama, papa, kakak dan adik.
8. Tim Asdos Lab Riset Statistik yang banyak memberikan bantuan, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Teman-teman seperjuangan Hasinta, Melisa, Vania, Feli, Elicia, Sandy dan Fico yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan.
10. Sahabat VCHAMS yaitu Hasinta, Vivi, Ica, dan Sherin yang memberikan doa dan semangat.
11. Teman-teman Youth Gereja JKI Kasih Karunia yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
12. Segenap Keluarga Besar Rumpun Marketing Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya angkatan 2016.
13. Ibu dan Bapak staff di Pascasarjana yang selalu mengingatkan dan memberikan dukungan untuk mengerjakan tugas akhir ini.
14. Teman-teman dan pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.

Surabaya, 10 Desember 2019  
Penulis,

Cynthia Anggraini Dendy

## 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
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Service Quality</i> .....	10
2.1.2 <i>Perceived Value</i> .....	11
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	12
2.1.4 <i>Brand Loyalty</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	14
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	15
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	15
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	16
2.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	17
2.3.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	17
2.3.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	18



2.3.6	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.3.7	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.4	Model Penelitian .....	20
BAB 3 METODE PENELITIAN.....		21
3.1	Desain Penelitian.....	21
3.2	Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	21
3.2.1	Identifikasi Variabel.....	21
3.2.2	Definisi Operasional.....	21
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	24
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	24
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan .....	25
3.6	Analisis Data .....	26
3.6.1	Uji Normalitas Data .....	26
3.6.2	Uji Validitas .....	27
3.6.3	Uji Reliabilitas .....	27
3.6.4	Uji Kecocokan Model Keseluruhan.....	27
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural .....	29
3.6.6	Uji Hipotesis .....	29
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
4.2	Deskripsi Data.....	32
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	32
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> .....	33
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	34
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	34
4.3	Hasil Analisis Data.....	35
4.3.1	Uji Normalitas .....	35
4.3.2	Uji Validitas .....	36

4.3.3 Uji Reliabilitas .....	37
4.3.4 Uji Kecocokan Model Keseluruhan .....	38
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural .....	38
4.3.6 Uji Hipotesis .....	39
4.4 Pembahasan .....	41
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN .....	49
5.1 Simpulan .....	49
5.2 Keterbatasan .....	50
5.3 Saran .....	51
DAFTAR PUSTAKA .....	53
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan penggunaan moda transportasi.....	1
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Goodness of Fit Indices.....	28
Tabel 4.1	Usia.....	30
Tabel 4.2	Domisili.....	31
Tabel 4.3	Pernah menggunakan 2 kali dalam 1 tahun terakhir.....	31
Tabel 4.4	Interval Rata-rata setiap Variabel.....	32
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> .....	32
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Value</i> .....	33
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	34
Tabel 4.9	<i>Test of Univariate Normality for Continous Variables</i> .....	35
Tabel 4.10	<i>Test of Multivariate Normality for Continous Variables</i> .....	36
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.13	Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model.....	38
Tabel 4.14	Pengujian Hipotesis.....	40

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Garuda Indonesia di Dunia.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	20

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 : Frekuensi Karakteristik Responden
- Lampiran 5 : Uji Normalitas
- Lampiran 6 : Output SEM
- Lampiran 7 : Path Diagram
- Lampiran 8 : Reliabilitas

## ABSTRAK

Garuda Indonesia adalah maskapai penerbangan nasional yang dimiliki Indonesia. Garuda Indonesia juga telah masuk dalam peringkat dunia dan bersaing dengan penerbangan diberbagai negara. Dalam perjalanannya Garuda Indonesia telah memberikan pelayanan dengan kualitas yang diberikan untuk memuaskan para pengguna jasa Garuda Indonesia. Sehingga penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti pengaruh *service quality* dan *perceived value* terhadap *brand loyalty* melalui *customer satisfaction* pada maskapai penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability* sampling dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebesar 150 responden yaitu pengguna jasa penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equations Modeling* dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *brand loyalty*, *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* melalui *brand loyalty*. Dengan demikian bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap hubungan antar variabel.

**Kata Kunci :** *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*

# **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PERCEIVED VALUE ON BRAND LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION ON GARUDA INDONESIA AIRLINES IN SURABAYA**

## **ABSTRACT**

Garuda Indonesia is a national airline owned by Indonesia. Garuda Indonesia has also entered the world rankings and competed with flights in various countries. In its history, Garuda Indonesia has provided quality services to satisfy Garuda Indonesia passengers. So this research has goal to examine the effect of service quality and perceived value on brand loyalty through customer satisfaction on Garuda Indonesia airlines in Surabaya.

The sampling technique which used is non probability sampling by purposive sampling. The sampling used was 150 respondents, Garuda Indonesia flight service users in Surabaya. The data analysis technique used is Structural Equations Modeling using the LISREL program.

The results of this study prove that Garuda Indonesia service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on brand loyalty, service quality has a positive and significant effect on brand loyalty, perceived value has a positive effect and significant on brand loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction through brand loyalty, perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction through brand loyalty. Therefore the results of this study showing a positive and significant effect on the correlation between variables.

**Keywords :** *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Brand Loyalty.*