

PENGARUH *CORPORATE IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
ATLAS SPORTS CLUB URABAYA



OLEH
KASIH SETIA GEA
3103016186

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

PENGARUH *CORPORATE IMAGE* DAN *SERVICE
QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
ATLAS SPORTS CLUB SURABAYA

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

OLEH :
KASIH SETIA GEA
3103016186

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

HALAMAN PERSETUJUAN

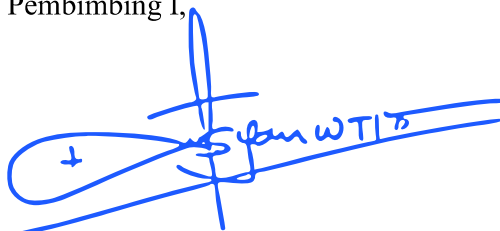
SKRIPSI

PENGARUH CORPORATE IMAGE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION PADA
ATLAS SPORTS CLUB SURABAYA

Oleh:
KASIH SETIA GEA
3103016186

Telah Disetujui dan Diterima dengan
Baik untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. A. Yan Wellyan T.P., SE., M.Si.
NIDN. 0721017201

Pembimbing II,

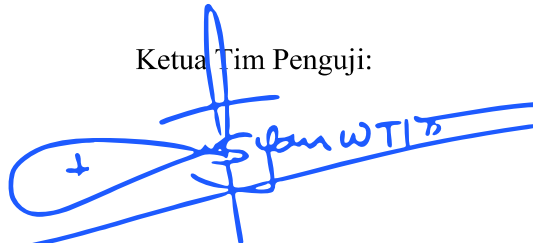


Erick Teofilus Gunawan, SM, MIB
NIDN. 0711029501

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Kasih Setia Gea dengan NRP 3103016186
Telah diuji pada tanggal 10 Juni 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Antonius Jan Wellyantony P, SE., M.Si.
NIDN. 072101720

Mengetahui

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo
Lukito
CN=Robertus Sigit Haribowo
Lukito, OU=Head of
Management Department,
O=Widya Mandala Surabaya
Catholic University,
E=hod-manage@ukwms.ac.i
d
I am approving this document
Surabaya, Jawa Timur, IDN
2020-07-27 12:34:54

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 bertandatangan di bawah ini: Nama : Kasih Setia Gea
NRP : 3103016186
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Atlas Sports Club 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, 14 Juni 2020
Yang menyatakan



KASIH SETIA GEA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas berkat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir ini dengan judul: “Pengaruh *Corporate Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada Atlas Sports Club Surabaya”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. A. Yan Wellyan T.P., SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta saran-saran yang berguna bagi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Erick Teofilus, SM, MIB selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta saran-saran yang berguna bagi penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Julius Nagel, STh., MM. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempuh mata kuliah.
6. Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katoik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
7. Keluarga khususnya Papa, Mama dan adik-adik yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam segala hal demi terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.

8. Alfin Ananda Putri yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam segala hal demi terselesaikannya skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat yang selalu senantiasa membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

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, 14 Juni 2020

Penulis,

Kasih Setia Gea

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
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 Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Corporate Image</i>	8
2.1.2 <i>Service Quality</i>	9
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	15
2.3.1 Hubungan <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.3.2 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.3 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3.4 Hubungan <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.3.5 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	18
2.4 Rerangka Penelitian	19

BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
3.2.1 Identifikasi Variabel	20
3.2.2 Definisi Operasional	20
3.2.3 Pengukuran Variabel	25
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data	25
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penyampelan	26
3.5.1 Populasi	26
3.5.2 Sampel	26
3.5.3 Teknik Penyampelan	26
3.6 Analisis Data	27
3.6.1 Uji Normalitas	27
3.6.2 Uji Validitas	27
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	27
3.6.4 Uji Kecocokan Model Struktural	28
3.6.5 Uji Kecocokan Model	28
3.6.6 Uji Hipotesis.....	28
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	30
4.1.1 Domisili	30
4.1.2 <i>Member</i> Aktif di Atlas Sports Club Surabaya.....	30
4.1.3 Telah Terdaftar sebagai <i>Member</i> Setidaknya selama 3 Bulan	30
4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	31
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Corporate Image</i> (X_1)	31
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X_2)	32
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y_1).....	33
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y_2).....	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 Struktural	38

4.3.5 Uji Kecocokan Seluruh Model	39
4.3.6 Uji Hipotesis.....	40
4.4 Pembahasan.....	41
4.4.1 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	41
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	42
4.4.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	43
4.4.4 Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	44
4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	45
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Keterbatasan.....	49
5.3 Saran.....	49
5.3.1 Saran Akademis.....	49
5.3.2 Saran Praktis.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	29
Tabel 4.1 Interval Penilaian	31
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Corporate Image</i> (X1)	31
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> (X2)	32
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y1).....	33
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y2)	34
Tabel 4.6 Univariate Normality	35
Tabel 4.7 Multivariate Normality	36
Tabel 4.8 Uji Validitas	36
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.10 Uji Kecocokan Seluruh Model.....	39
Tabel 4.11 Uji Hipotesis	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Penelitian.....	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Jawaban Responden

Lampiran 3a Jawaban Responden pada Variabel *corporate image*

Lampiran 3b Jawaban Responden pada Variabel *service quality*

Lampiran 3c Jawaban Responden pada Variabel *customer satisfaction*

Lampiran 3d Jawaban Responden pada Variabel *customer loyalty*

Lampiran 4 Uji Normalitas

Lampiran 5 Output SEM

Lampiran 6 *Path Diagram*

Lampiran 6a *t-values*

Lampiran 6b *Standardized Solution*

Lampiran 6c *Estimates*

ABSTRAK

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat pada saat ini terus meningkat. Kenyataan inilah yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha di industri olahraga, salah satunya *fitness center*. Pertambahan jumlah *fitness center* yang begitu signifikan membuktikan bahwa minat masyarakat untuk berolahraga masih sangat tinggi. Pengelola *fitness center* diharuskan untuk mendapatkan serta mempertahankan loyalitas pelanggannya agar bisnis tetap jalan dan bertahan di tengah persaingan.

Penelitian yang dilakukan di Atlas Sports Club Surabaya ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate image* dan *service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada Atlas Sports Club Surabaya. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal. Variabel eksogen yang digunakan adalah *corporate image* dan *service quality* serta variabel endogen yang digunakan adalah *customer satisfaction* dan *customer loyalty*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 160 responden dan menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis SEM.

Hasil penelitian membuktikan bahwa *corporate image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer satisfaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty*, *corporate image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Kata kunci: *Corporate Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

THE EFFECT OF CORPORATE IMAGE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT ATLAS SPORTS CLUB SURABAYA

ABSTRACT

Public awareness of the importance of a healthy lifestyle at this time continues to increase. This fact is used by business players in the sports industry, one of them is a fitness center. The significant increase in the number of fitness centers proves that the interest of the public to exercise is still very high. Fitness center managers are required to obtain and maintain customer loyalty so that the business continues to run and survive in the midst of competition.

The research conducted at Atlas Sports Club Surabaya aims to determine the effect of corporate image and service quality on customer loyalty through customer satisfaction at Atlas Sports Club Surabaya. The research design used in this study is causal research. Exogenous variables used are corporate image and service quality and endogenous variables used are customer satisfaction and customer loyalty. The number of samples in this study were 160 respondents and used a nonprobability sampling technique by purposive sampling. Data analysis techniques using SEM analysis.

The results prove that corporate image and service quality have a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty, corporate image has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction and service quality has significant influence on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *Corporate Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*