

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN  
KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN  
PADA TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA**



**OLEH :  
DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN  
3103012058**

**FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN  
KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN  
PADA TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN**

3103012058

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

2016

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

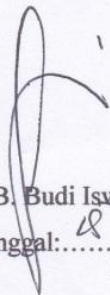
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN  
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN  
KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN  
PADA TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA**

OLEH:

DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN  
3103012058

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

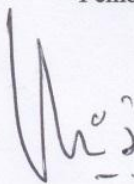
Pembimbing I,



Y.B. Budi Iswanto, Ph.D

Tanggal: 8/01/2016

Pembimbing II,



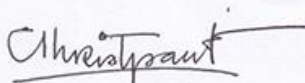
Maria Mia Kristanti, SE, MM.

Tanggal: 15/01/2016

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Delvin Rekwan Lionardi, KWAN NRP.3103012058 telah diuji pada tanggal 29 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



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

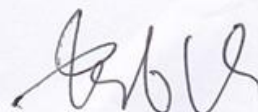
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan



Dr. Lodovicus Lasdi, S.E., M.M  
NIK.321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si  
NIK.311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN

NRP : 3103012058

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA TAKSI BLUE BIRD DI SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah **ASLI** karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Januari 2016  
Yang menyatakan,



**(DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN)**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala bantuan, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya Bapak KWAN THAK KIEM dan Ibu LIONG GIN FONG yang telah memberi doa dan dukungan baik secara moral maupun materi selama penulis menempuh perkuliahan ini. Serta kakak kandung saya, Calvin Rekwan Lionardi yang memberikan dukungan selama menempuh perkuliahan.
2. Teman-teman Hollydae : Eunike, Lika, Kevin Sofian, Sin Fendry, Hendra Moniaga, Nathanael Febrianto, Lenny, Yanichi, Aditya.
3. Teman-teman hangout dan Purek Crew : Slydini (Buto), Sherly Monica, Bella A, Andre Lim, Liana, Steve, Stevanus, dan Rendy.
4. Teman seperjuangan saya Calvin Rekwan Lionardi, Samuel Christian Soendjojo, Stephanus Adinata (Gaje), Welly Hartono, Adrian (papa) yang telah bersama-sama berjuang mati-matian untuk menyelesaikan Skripsi.
5. Bapak Y.B. Budi Iswanto, PH.D., selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Maria Mia Kristanti, SE, MM., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran

dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Ibu Elisabeth Supriharyanti, S.E M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
8. Semua sahabat di kampus, terima kasih atas setiap kontribusi yang kalian berikan. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan karya ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 15 Januari 2016

Peneliti,

**(DELVIN REKWAN LIONARDI, KWAN)**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
<b>ABSTRACT</b> .....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori .....	11
2.2.1. Kualitas Produk .....	11
2.2.2. Citra Merek .....	13



2.2.3. Kualitas Layanan.....	14
2.2.4. Kepercayaan Konsumen.....	16
2.2.5. Loyalitas Konsumen .....	18
2.3. Hubungan antar Variabel.....	21
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen.....	21
2.3.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Konsumen.....	21
2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen.....	22
2.3.4. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	22
2.4. Model Penelitian.....	23
2.5. Hipotesis.....	23
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1. Desain Penelitian .....	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	25
3.3.1. Kualitas Produk.....	25
3.3.2. Citra Merek .....	26
3.3.3. Kualitas Layanan.....	27
3.3.4. Kepercayaan Konsumen.....	27
3.3.5. Loyalitas Konsumen .....	28
3.4. Jenis Data dan Sumber Data .....	29
3.5. Skala Pengukuran Data.....	30
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	30
3.6.1. Alat Pengumpulan Data.....	30

3.6.2. Metode Pengumpulan Data .....	30
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
3.7.1. Populasi .....	31
3.7.2. Sampel.....	31
3.8. Teknik Analisis Data.....	32
3.8.1. Uji Validitas .....	32
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	32
3.8.3. Uji Kecocokan Model .....	33
3.8.4. Uji Kecocokan Model Struktural.....	34
3.8.5. Uji Normalitas .....	34
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1. Karakteristik Responden.....	35
4.2. Analisis Statistik Deskripsi Variabel Penelitian .....	35
1. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	36
2. Statistik Deskripsi Variabel Citra Merek .....	37
3. Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Layanan .....	38
4. Statistik Deskripsi Variabel Kepercayaan Konsumen ..	39
5. Statistik Deskripsi Variabel Loyalitas Konsumen.....	40
4.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	41
4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
4.3.2. Uji Normalitas Data .....	44
4.4. <i>Structural Model</i> .....	46
4.4.1. Uji Kesesuaian Model ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	49
4.5. Pengujian Hipotesis .....	50
4.6. Pembahasan .....	52
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya .....	52

4.6.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya .....	53
4.6.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya .....	54
4.6.4. Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya .....	54
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Simpulan .....	56
5.2 Saran .....	57

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1.	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu ..... 10
Tabel 3.1.	Uji Kecocokan Model Penelitian.....33
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin Responden .....35
Tabel 4.2.	Kategori Mean Jawaban Responden .....36
Tabel 4.3.	Statistik Deskripsi variabel Kualitas Produk.....36
Tabel 4.4.	Statistik Deskripsi variabel Citra Merek .....37
Tabel 4.5.	Statistik Deskripsi variabel Kualitas Layanan.....38
Tabel 4.6.	Statistik Deskripsi variabel Kepercayaan Konsumen .....39
Tabel 4.7.	Statistik Deskripsi variabel Loyalitas Konsumen ....40
Tabel 4.8.	<i>Measurement Model</i> Variabel Eksogen dan Endogen.....42
Tabel 4.9.	Uji Normalitas Data Univariate .....45
Tabel 4.10.	Uji Normalitas Data Multivariate .....46
Tabel 4.11.	<i>Structural Equation</i> .....47
Tabel 4.12.	Pengukuran Model.....50
Tabel 4.13.	Pengujian Hipotesis.....51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
Gambar 4.1. Estimasi Model SEM ( <i>Estimate</i> ) .....	46
Gambar 4.2. Estimasi Model SEM ( <i>Standardized Solution</i> ).....	48
Gambar 4.3. Estimasi Model SEM ( <i>T-value</i> ) .....	51

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.

Lampiran 2: Data Penelitian.

Lampiran 3: Analisis Deskriptif Variabel Penelitian dan Identitas Responden.

Lampiran 4: Output Lisrel.

# **Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya**

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Taksi Blue Bird di Surabaya. Data diperoleh dari 150 responden yang berusia minimal 20 tahun dan pernah menggunakan jasa transportasi taksi Blue Bird minimal 5 kali dalam 1 tahun terakhir. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, kemudian Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Kualitas Layanan Kepercayaan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.**

***The Effect of Product Quality, Brand Image and Service Quality of Customer Trust and Customer Loyalty to Taxi Blue Bird in Surabaya***

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the effect of product Quality, Brand Image, and Services Quality to the Consumer Trust and Consumer Loyalty on Blue Bird Taxi in Surabaya. Data is acquired from 150 respondents aged at least 20 years and used a Blue Bird taxi as transportation services at least 5 times in the last 1 year. This research uses Structural Equation Model (SEM) .*

*The results showed that the product quality, brand image, and Quality of Service have positively and significant impact on Consumer Trust, then Consumer Trust have positive and significant impact on Consumer Loyalty.*

***Keyword: Product Quality, Brand Image, Quality Service Customer Trust and Customer Loyalty.***