

PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PRODUK
SAMSUNG ANDROID
DI SURABAYA



OLEH:
JOSEPHINE ARDELIA SUGANDA
3103011033

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PRODUK SAMSUNG ANDROID DI
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

JOSEPHINE ARDELIA SUGANDA
3103011033

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2016

**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 : Josephine Ardelia Suganda

NRP : 3103011033

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* produk Samsung Android 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, Februari 2016

Yang Menyatakan,



(Josephine Ardelia Suganda)

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PRODUK SAMSUNG ANDROID DI SURABAYA**

Oleh :

Josephine Ardelia S

3103011033

Telah disetujui dan diterima dengan baik
untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Fenika Wulani, SE., M.Si

Tanggal : 23/16.....
2

Pembimbing II,



Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM

Tanggal : 25/2/2016

ii

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : JOSEPHINE ARDELIA SUGANDA

NRP : 3103011033

Telah diuji pada tanggal 22 Maret 2016 dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Drs. Ec. N. Agus Sunarjanto, MM.

NIK 311.92.0194

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM, Ak., CA.

NIK 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si

NIK 311.99.0369

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kasih Karunia yang telah diberikan-Nya kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Produk Samsung Android di Surabaya” dari proses awal hingga proses akhir penelitian ini. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan mulai dari waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Fenika Wulani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat.
5. Ibu Dra. Ec. M.G. Temengkol, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat.
6. Bapak Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM., selaku dosen yang telah membantu dalam membimbing dengan berbagai masukan yang penting dalam penyelesaian skripsi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Ibu Dr. Christina Esthi Susanti, MM., CPM (AP)., Ibu Maria M. Kristanti, SE., MM., dan Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

9. Terima kasih kepada keluarga tercinta, orang tua dan kedua saudara saya, Marcelina dan Giovani, yang telah memberikan banyak *support* baik material dan moral serta tidak lupa untuk selalu mendoakan kelancaran dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Terima kasih pula untuk Suharianto yang banyak membantu, mendukung, dan berjuang bersama dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan saya Revani yang telah membantu, menyemangati dan menemani hingga skripsi terselesaikan dengan baik.
12. teman-teman seperjuangan saat kuliah Melinda Hartono, Anita Adelia, Santho V, dan Yonathan Iwan. Terima kasih telah membantu, memberi arahan, dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Teman-teman UKM V dan teman-teman UKM PDKK CBSO, yang telah banyak mendoakan dan mendukung dalam pengerjaan skripsi ini dari awal hingga terselesaikan.
14. Teman-teman OMK dan para kakak pembina dan pendamping BIAK Gereja Katolik St. Stefanus Surabaya yang telah banyak membantu dan menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan positif kepada pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Dengan segala kekurangan serta pengalaman yang ada, penulis dapat menerima saran serta kritik guna membangun dari para pembaca dalam perbaikan penelitian ini pada masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan–kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Februari 2016

Penulis

Josephine Ardelia Suganda

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Produk	14
2.2.2 Merek	19
2.2.3 Kepuasan Konsumen	25

2.2.4	Loyalitas Konsumen	30
2.2.5	Pengaruh Antar Variabel	32
2.3	Model Penelitian	38
2.4	Hipotesis	39
BAB 3.	METODE PENELITIAN	40
3.1	Desain Penelitian	40
3.2	Identifikasi Variabel	40
3.3	Definisi Operasional Variabel	40
3.4	Jenis dan Sumber Data	43
3.5	Pengukuran Variabel	44
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.8	Teknik Analisis Data	46
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Sampel Penelitian	53
4.2	Karakteristik Responden	53
4.3	Deskripsi Data	57
4.4	Analisis Data	64
4.4.1	Uji Normalitas	64
4.4.2	Uji Validitas	67
4.4.3	Uji Reliabilitas	68
4.4.4	Uji Keseluruhan Model	69
4.4.5	Uji Hipotesis	70
4.5	Respesifikasi Model	71
4.5.1	Perumusan Hipotesis Baru	72
4.5.2	Uji Keseluruhan Model Baru	72

4.5.3 Perbandingan Model Lama dan Model Baru	73
4.5.4 Persamaan Struktural Model Baru	74
4.5.5 Pengujian Hipotesis Baru	74
4.6 Pembahasan	75
4.6.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	75
4.6.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.6.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	76
4.6.4 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> melalui <i>Brand Image</i>	77
4.6.5 Pengaruh <i>Product Quality</i> Terhadap <i>Customer</i> <i>Loyalty</i> melalui <i>Brand Image</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.6.6 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	78
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	80

DAFTAR KEPUSTAKAAN.

LAMPIRAN.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Sembilan Merek <i>Smartphone</i> yang Terbaik	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	13
Tabel 4.1 Proses Pengumpulan Kuesioner	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	56
Tabel 4.6 Interval Rata-Rata Skor	57
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel <i>Product Quality</i>	58
Tabel 4.8 Deskripsi Data Variabel <i>Brand Image</i>	60
Tabel 4.9 Deskripsi Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	62
Tabel 4.10 Deskripsi Data Variabel <i>Customer Loyalty</i>	63
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	64
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.15 Ikhtisar Overall <i>Goodness of Fit</i>	70
Tabel 4.16 Uji Hipotesis	71
Tabel 4.17 Uji <i>Overall Goodness of Fit</i> Setelah Respesifikasi	73
Tabel 4.18 Perbandingan Model Lama dan Model Baru	73
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis Setelah Respesifikasi	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	39
Gambar 4.1 Respesifikasi Model.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Lampiran Isi Kuesioner
- Lampiran 3. Data Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 5. Uji Normalitas
- Lampiran 6. Output Lisrel Sebelum Respesifikasi Model
- Lampiran 7. Output Lisrel Setelah Respesifikasi Model
- Lampiran 8. Output Gambar T-Value Sebelum Respesifikasi Model
- Lampiran 9. Output Gambar T-Value Setelah Respesifikasi Model

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PRODUK SAMSUNG ANDROID DI
SURABAYA**

ABSTRAK

Era globalisasi saat ini ditandai dengan berkembang pesatnya teknologi dan salah satunya adalah teknologi komunikasi. Pada saat ini pula masyarakat di Indonesia, khususnya di wilayah Surabaya ini memiliki gaya hidup (*life style*) sangat tinggi, diantaranya sangat antusias untuk mengikuti produk yang sedang *trend* yaitu dengan memakai *smartphone* Android, yang salah satu mereknya adalah Samsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* produk Samsung Android di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 orang pengguna Samsung Android di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah Struktural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan program LISREL 9.10. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *product quality* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. *Brand image* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, namun *brand image* tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. Maka diperlukan respesifikasi model, dengan hasil *product quality* berpengaruh terhadap *brand image*, *customer satisfaction*, dan *customer loyalty*, *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Respesifikasi Model.*

THE EFFECTS OF *PRODUCT QUALITY* AND *BRAND IMAGE* ON *CUSTOMER LOYALTY* THROUGH *CUSTOMER SATISFACTION* SAMSUNG ANDROID PRODUCT IN SURABAYA

ABSTRACT

The era of globalization is characterized by the rapid growth of technology and one of them is teknolohi communication. At this time also the people in Indonesia, particularly in the area of Surabaya has a lifestyle (life style) is very high, very enthusiastic to participate in such products is a trend that is using Android smartphones, which one brand is Samsung. This study aims to determine the effect of product quality and brand image of the customer loyalty through customer satisfaction Samsung Android product in Surabaya.

The sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling. The sample used in this study of 150 users of the Samsung Android in Surabaya. Data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using program LISREL 9.10. The results of this study indicate that the product quality is not positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction. Brand image and significant positive effect on customer satisfaction, brand image but does not affect in a positive and significant impact on customer loyalty through customer satisfaction. It is necessary respesifikasi models, with the results of product quality affect the brand image, customer satisfaction, and customer loyalty, brand image influential effect on customer satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction effect on customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Model Respesification.