

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SERVICE INNOVATION*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA MASKAPAI PENERBANGAN
GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:
STEVEN PERMANA
3103013110

FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SERVICE INNOVATION*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA MASKAPAI PENERBANGAN
GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

STEVEN PERMANA

3103013110

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SERVICE INNOVATION*, DAN
BRAND IMAGE TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
CUSTOMER SATISFACTION PADA MASKAPAI PENERBANGAN
GARUDA INDONESIA DI SURABAYA**

OLEH:
STEVEN PERMANA
3103013110

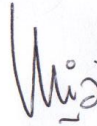
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM
NIK. 311.99.0365
Tanggal:.....

Pembimbing II,



Maria. M. Kristanti, SE., MM.
NIK. 311.98.0359
Tanggal:.....

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Steven Permana NRP 3103013110 Telah di uji pada tanggal 21 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

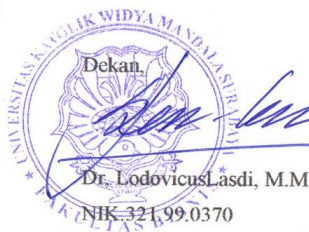
Ketua Tim Penguji



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


NIK 311.89.0163

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovicus Lasdi, M.M
NIK 321.99.0370

Ketua Jurusan



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

NIK. 311.11.0678

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : STEVEN PERMANA

NRP : 3103013110

Judul :

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *SERVICE INNOVATION*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA INDONESIA 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, 27 July 2017

Yang menyatakan,



(Steven Permana)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan 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. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Hendro Susanto, SE., MM 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.
4. Orang tua saya Bapak Rudy Permana dan Ibu Karina Patricia yang telah memberi doa dan dukungan baik secara Moral maupun Materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.
5. Andryano Kurnia, Theodorus Natanael, dan juga Alvianus Dolorosan yang selalu senantiasa mendukung dan memberikan masukan serta membantu saya dalam pembuatan tugas akhir ini

6. Seluruh teman-teman saya, khususnya mahasiswa seperjuangan angkatan 2013 yang telah memberikan dukungan 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, 27 July 2017

Peneliti,

Slung

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan teori.....	10
2.2.1. <i>Service Quality</i>	10
2.2.2. <i>Service Innovation</i>	13

2.2.3. <i>Brand Image</i>	15
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2.5. <i>Customer Loyalty</i>	19
2.3 Hubungan antar Variabel.....	19
2.3.1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.3.2. Pengaruh <i>Service innovation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	23
2.3 Model penelitian	22
2.4 Hipotesis.....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Identifikasi Variabel.....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel	24
3.3.1. <i>Service Quality</i>	24
3.3.2. <i>Service Innovation</i>	25
3.3.3. <i>Brand Image</i>	25
3.3.4. <i>Customer Satisfaction</i>	26
3.3.5. <i>Customer Loyalty</i>	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.4.1. Jenis Data... ..	27
3.4.2. Sumber Data.....	27
3.5 Pengukuran Variabel.....	28
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	29

3.6.1. Alat Pengumpulan Data...	29
3.6.2. Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.7.1. Populasi.....	30
3.7.2. Sampel.....	30
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.8.1 Uji Validitas	32
3.8.2 Uji Realibilitas	32
3.8.3 Uji Normalitas	32
3.8.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	33
3.8.5 Uji Hipotesis.....	39
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Karakteristik Responden	40
4.1.1 Pernah Melakukan Pembelian.....	40
4.1.2 Jenis Kelamin	40
4.1.3 Usia	41
4.1.4 Penghasilan.....	41
4.1.5 Pemakaian Jasa	42
4.2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
4.2.1. Statistik Deskripsi variable <i>Service Quality</i>	43
4.2.2. Statistik Deskripsi variable <i>Service Innovation</i>	44
4.2.3. Statistik Deskripsi variable <i>Brand Image</i>	45
4.2.4. Statistik Deskripsi variable <i>Customer Satisfaction</i>	46
4.2.5 Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	47
4.3 Analisis Data.....	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Realibilitas.....	49

4.3.3 Uji Normalitas	49
4.3.4 Uji Kecocokan Model	51
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural.....	52
4.3.6 Uji Hipotesis	54
4.3.7 Pembahasan	56
4.3.7.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.3.7.2 Pengaruh <i>Service Innovation</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	58
4.3.7.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	59
4.3.7.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi	60
4.3.7.5 Pengaruh <i>Service Innovation</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	60
4.3.7.6. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> sebagai mediasi.....	61
4.3.7.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	62
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....9
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....41
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian.....42
Tabel 4.5	Interval Rata – rata Skor.....43
Tabel 4.6	Statistik Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>43
Tabel 4.7	Statistik Deskripsi Variabel <i>Service Innovation</i>44
Tabel 4.8	Statistik Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i>45
Tabel 4.9	Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>46
Tabel 4.10	Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>47
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Indikator ke Variabel Laten.....48
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....49
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>50
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>51
Tabel 4.15	Indeks Fit dalam SEM.....51
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis Direct Effect.....54
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis Indirect Effect.....55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Model Penelitian.....22
Gambar 4.1	Hasil T-Values.....54

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Hasil Output Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Output Realibilitas
- Lampiran 6 : Hasil Output Normalitas
- Lampiran 7 : Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 8 : Hasil Uji Sem
- Lampiran 9 : Path Diagram *Estimate*
- Lampiran 10: Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 11: Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 12:syntax

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *service innovation*, dan *brand image* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai mediasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Obyek dari penelitian ini adalah konsumen dari Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden.

Hasil Penelitian ini membuktikan : (1) *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (2) *service innovation* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (3) *brand image* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, (4) *service quality* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, (5) *service innovation* berpengaruh terhadap *service quality* melalui *customer satisfaction*, (6) *brand image* berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, (7) *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci : *service quality, service innovation, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty.*

ABSTRACT

The aims of this study is to determine the effect of service quality, service innovation, brand image toward customer loyalty and customer satisfaction as mediation. This study uses analysis techniques Structural Equation Modeling (SEM). The object of this study are consumers of Garuda Indonesia airlines in Surabaya, with total samples of 150 respondents.

The results of this study showed: (1) service quality has an effect on customer satisfaction, (2) service innovation has an effect on customer satisfaction, (3) brand image has influence on customer satisfaction, (4) service quality has influence on customer loyalty through customer satisfaction, (5) service innovation has influence on customer loyalty through customer satisfaction, (6) brand image has an effect on customer loyalty through customer satisfaction, (7) customer satisfaction has an effect on customer loyalty.

Key Words : *service quality, service innovation, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty.*