

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA BANK BCA DI SURABAYA**



OLEH:

STEPHANUS ADINATA SUSANTO

3103011197

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

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA BANK BCA DI SURABAYA**

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

OLEH:
STEPHANUS ADINATA SUSANTO
3103011197

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION PADA BANK BCA DI SURABAYA**

OLEH:

STEPHANUS ADINATA

3103011197

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

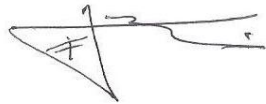


Hendro Susanto, SE., MM.

NIK. 311.99.0356

Tanggal: 8/1 '2016

Pembimbing II,



Drs. P. Julius F. Nagel, S.Th., MM.

NIK. 311.91.0180

Tanggal: 8/1 '2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Stephanus Adinata Susanto NRP 3103011197
Telah diuji pada tanggal 29 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM(AP)
NIK.311.89.0163

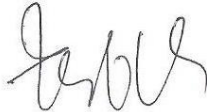
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK.321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si
NIK.311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : STEPHANUS ADINATA SUSANTO

NRP : 3103011197

Judul : **ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA BANK BCA 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, 08 Januari 2016
Yang menyatakan,



(STEPHANUS ADINATA S)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus 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 Almarhum Bapak Eddy Susanto Lim dan Ibu Mintarti yang telah memberi doa dan dukungan baik secara moral maupun materi selama penulis menempuh perkuliahan ini.
Ketiga saudara penulis, Christian Aditya Susanto, Melissa Adriana Susanto, dan Natasha Alverina Susanto atas dukungan yang telah diberikan selama menempuh perkuliahan.
2. Teman-teman grup salam jempol Ardianus Okky ,SM., Tommy Santoso ,SM., Donabella Mitzi ,SM., dan Melani Sugiarti.
3. Teman seperjuangan saya Frankzico Rivelino, Adhitya Nugroho, Welly Hartono, Samuel Christian Soendjojo yang telah berjuang bersama mati-matian meningkatkan IPK dari 2,00 menjadi 2,75 ke atas.
4. Bapak Hendro Susanto , SE., MM., selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Drs. P. Julius F. Nagel, S.Th., 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.

5. Bapak Dr. LodovicusLasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. 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, 08 Januari 2016

Peneliti,

(STEPHANUS ADINATA S)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	9
1. <i>Service Quality</i>	9
2. <i>Brand Image</i>	11
3. <i>Customer Satisfaction</i>	13
4. <i>Customer Loyalty</i>	15
2.3 Hubungan antar Variabel.....	17

1. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	17
2. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	18
3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
4. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	19
5. Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
2.5 Hipotesis.....	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Identifikasi Variabel.....	22
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	22
1. <i>Service Quality</i>	22
2. <i>Brand Image</i>	23
3. <i>Customer Satisfaction</i>	23
4. <i>Customer Loyalty</i>	23
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	24
3.5 Pengukuran Data.....	24
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	26
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	30

1. Deskripsi variabel <i>Service Quality</i>	31
2. Deskripsi variabel <i>Brand Image</i>	32
3. Deskripsi variabel <i>Customer Satisfacton</i>	33
4. Deskripsi variabel <i>Customer Loyalty</i>	34
4.3 Uji Kecocokan Model Pengukuran	35
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
2. Uji Normalitas Data	37
4.4 <i>Structural Model</i>	39
1. Uji Kesesuaian Model	35
2. Uji Normalitas Data	37
4.5 Pengujian Hipotesis	43
4.6 Uji Keseluruhan Model	44
4.7 Pembahasan	46
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu 8
Tabel 3.1	Kecocokan Model Penelitian 30
Tabel 4.1	Kategori Mean Jawaban Responden..... 30
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i> 31
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> 32
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>33
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i> 34
Tabel 4.6	<i>Measurement Model</i> Variabel Eksogen dan Endogen . 35
Tabel 4.7	Uji Normalitas Data Univariate..... 38
Tabel 4.8	Uji Normalitas Data Multivariate..... 39
Tabel 4.9	Tabel Indeks Fit 47
Tabel 4.10	Uji Keseluruhan Model(SEM) 50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian 21
Gambar 4.1	Estimasi Model Sem (<i>Estimate</i>)..... 39
Gambar 4.2	Estimasi Model Sem (<i>Standardized Solution</i>)..... 41
Gambar 4.1	Estimasi Model Sem (<i>T-value</i>)..... 44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Penelitian

Lampiran 3: Analisis Deskriptif Variabel Penelitian dan Identitas
Responden

Lampiran 4: Output Lisrel

ABSTRAK

Analisis Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Bank BCA di Surabaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pada bank BCA di Surabaya. Data diperoleh dari 150 responden, Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structrural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen (*customer satisfaction* dan *customer loyalty*). Dari hasil penelitian diharapkan: (1) Pihak Bank BCA di Surabaya diharapkan lebih meningkatkan *service quality* agar para nasabah dapat merasa lebih nyaman dan aman dalam melakukan kegiatan perbankan di Bank BCA Surabaya. (2) Pihak Bank BCA di Surabaya harus lebih gencar mengadakan/mensosialisasikan produk-produk perbankan yang berbeda daripada bank lainnya pesaing. (3) Bank BCA di Surabaya diharapkan menyesuaikan perbandingan biaya dengan manfaat serta *service quality* yang didapatkan oleh nasabah Bank BCA di Surabaya.

Kata Kunci: *Service quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.*

ABSTRACT

Influence of Customer Loyalty on Service Quality and Brand Image toward Customer Satisfaction in Bank BCA Surabaya

The purpose of this research is to understanding of a mediating effect of customer satisfaction on service quality satisfaction and brand image to customer loyalty on Bank BCA in Surabaya. Data collected from 150 questionnaires. This research use Structural Equation Model (SEM).

The result of this research showed that all exogenous variables are positively impact on the endogenous variables. The findings suggests that (1) BCA must improve their service quality so their customers can feel more comfort and safety.(2) BCA should more aggressively create / socialize the new banking products that are different than other bank competitors.(3) BCA must be can to adjust the ratio of costs to benefits and service quality that customers can obtained.

Keyword: Service quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.