

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

(Studi pelanggan Bengkel Sahabat Motor - Cibinong)

SKRIPSI

TRY AKBAR PRASETYO

21150000129



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2019

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

(Studi pelanggan Bengkel Sahabat Motor - Cibinong)

SKRIPSI

TRY AKBAR PRASETYO

21150000129



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, LOKASI TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi Strata-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) – Jakarta. Saya menyatakan bahwa ini bukan merupakan plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai oleh STEI dan di perguruan tinggi lainnya, kecuali bagian informasinya yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 02 Agustus 2019



TRY AKBAR PRASETYO

NPM 21150000129

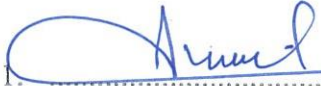



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, LOKASI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN**

telah diuji dalam sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indoneia tanggal 30 Agustus 2019
dengan nilai B+

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  : Lina Noersanti, SSI, MSi
(Pembimbing)
3.  : Drs. Jusuf Hariyanto, MSc
(Anggota Penguji 1)
4.  : Imelda Aprileny, SE, ME
(Anggota Penguji 2)

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Lina Noersanti, Ssi, Msi dan diketahui oleh Kepala Prodi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Jakarta, 30 Agustus 2019

Pembimbing



Lina Noersanti, SSi, MSi.

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas nikmat Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat dilewati dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Lina Noersanti, SSi, MSi selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan Ibu Imelda Aprileny, SE, ME selaku dosen penguji yang menyediakan waktu dan tenaga untuk memberikan saran dan kritikan selama sidang skripsi.
3. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
6. Ibu, kakak, segenap keluarga dan para teman teman yang tidak dapat disebutkan semuanya yang selalu memberikan dukungan moral, materi, dan semangat untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 30 Agustus 2019

TRY AKBAR PRASETYO
NPM 21150000129

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Try Akbar Prasetyo
NPM : 21150000129
Program Studi : S1- Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty- Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, BRAND IMAGE, LOKASI, TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Cibinong, Jawa Barat
Pada tanggal : 05 September 2019

Yang menyatakan,

Try Akbar Prasetyo

Name: Try Akbar Prasetyo
NPM: 21150000129
S-1 Manajemen Program

Dosen Pembimbing:
Lina Noersanti, SSi.MSi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*,
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN
LOYALITAS PELANGGAN**

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, brand image, lokasi akan mempengaruhi kepuasan dan menjadikan pelanggan menjadi loyal dari banyaknya persaingan antar pengusaha bengkel.

Metode penelitian yang digunakan metode analisis jalur dengan aplikasi smartPLS versi 3.2.8. Jenis data yang digunakan yaitu data primer. Dengan penyebaran kuisioner yang langsung dilakukan di bengkel tersebut.

Hasil penelitian ini bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. *Brand image* dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Lokasi dapat berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan.

***Kata kunci: Kualitas pelayanan, Brand Image, Lokasi, Kepuasan Pelanggan,
Loyalitas Pelanggan***

Name: Try Akbar Prasetyo
NPM: 21150000129
S-1 Majoring in Management Program

Advisor:
Lina Noersanti, SSi.MSi

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE,
LOCATION TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION AND
CUSTOMER LOYALTY***

ABSTRACT

The purpose of this research is to know whether the quality of service, brand image, location will affect the satisfaction and make customers loyal.

Research method used path analysis method with smartPLS application version 3.2.8. The type of data used is primary data. With the spread of Kuisoner that is immediately done in the workshop.

The results of this research that the quality of service directly affects customer satisfaction but has no direct effect on customer loyalty. Brand images can directly impact customer satisfaction and customer loyalty. Locations can directly impact customer satisfaction but have no direct effect on customer loyalty.

Keywords: Service quality, Brand image, Location, Customer satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Peneliti.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	6
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	10
2.2.2 Pengertian Jasa.....	11
2.2.3. Kualitas Pelayanan.....	12
2.2.4. Pengertian Citra Merek.....	13
2.2.5. Lokasi.....	14
2.2.6 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.7 Loyalitas Pelanggan.....	17
2.3 Hubungan antar Variabel Penelitian.....	18
2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18
2.3.2. Pengaruh Citra merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	18

2.3.3. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen....	19
2.3.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen.....	19
2.3.6. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	19
2.3.7. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen.....	20
2.3.8. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.9. Pengaruh Citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.10. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	21
2.4 Kerangka Konseptual Pemikiran.....	21
BAB III METODA PENELITIAN.....	23
3.1. Strategi Penelitian.....	23
3.1.1 Strategi Penelitian.....	23
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	23
3.2.1. Populasi Penelitian.....	23
3.3.2. Sampel Penelitian.....	23
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	24
3.4 Operasional Variabel.....	25
3.5. Metode Analisis.....	30
3.5.1 Evaluasi Model Pengukuran.....	30
3.5.2. Alat Analisis Statistik Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Sejarah dan Profil Perusahaan.....	38
4.1.1. Sejarah Perusahaan.....	38
4.2 Deskripsi Responden.....	39
4.3 Deskripsi Data.....	40
4.3.1.1 Uji Validitas.....	41
4.3.1.2 Uji Realibilitas.....	46
4.3.1.3. Penelitian Varian Konstruktur Endogen (R2) dan jalur	

Koefisien.....	47
4.3.1.4. Penelitian Prediksi (Predictive Relevance Q2).....	48
4.3.1.5 Penilaian Goodness Of Fit.....	48
4.4. Pengujian Hipotesis.....	49
4.4.1.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan..	51
4.4.1.2 Pengaruh Brand image terhadap kepuasan pelanggan.....	51
4.4.1.3 Pengaruh Lokasi terhadap kepuasan pelanggan.....	52
4.4.1.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelayanan..	53
4.4.1.5 Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas pelanggan.....	53
4.4.1.6 Pengaruh Lokasi terhadap loyalitas pelanggan.....	54
4.4.1.7. Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan.....	54
4.4.1.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.....	55
4.4.1.9. Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pelanggan.....	55
4.4.1.10. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.4 Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	60
DAFTAR REFERENSI.....	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Usia Responden.....	38
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 Pendapatan responden.....	39
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.5. Average Variance Extracted.....	41
Tabel 4.6. (outer model).....	43
Tabel 4.7 Discriminant Validity.....	44
Tabel 4.8 <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	45
Tabel 4.9. Nilai <i>R-Square</i>	46
Tabel 4.10 Nilai <i>Goodness Of Fit</i>	48
Tabel 4.11 hasil direct effect.....	49
Tabel 4.12 Tabel Indirect effect.....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Diagram jalur pengaruh Langsung.....	33
Gambar 3.2. Model Diagram jalur penelitian pengaruh tidak langsung.....	34
Gambar 4.1 Diagram skala likert.....	40
Gambar 4.2 outer model.....	41
Gambar 4.2 Inner model.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisoner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Surat Keterangan Riset Penelitian.....	68
Lampiran 3 Hasil Data Kuisoner.....	69
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup.....	85