



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI KASUS: *PELINDO RESIDANCE & CONVENTION*)**

SKRIPSI

NABILA FARHANA GANI 2010111177

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SERVICE QUALITY*, TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
(STUDI KASUS: *PELINDO RESIDANCE & CONVENTION*)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

**NABILA FARHANA GANI
2010111177**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Nabila Farhana Gani

NIM : 2010111177

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Oktober 2024

Yang menyatakan



(Nabila Farhana Gani)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Farhana Gani
NIM : 2010111177
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

***Pengaruh Brand Image, Service Quality, terhadap Customer Loyalty
melalui Customer Satisfaction
(Studi Kasus: Pelindo Residence & Convention)***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk perangkat data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal: 24 Oktober 2024
Yang menyatakan,



(Nabila Farhana Gani)

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER SATISFACTION (STUDI KASUS: PELINDO RESIDANCE & CONVENTION)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

NABILA FARHANA GANI 2010111177

Telah di pertahankan di depan tim penguji pada tanggal 24 Oktober 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk di terima.



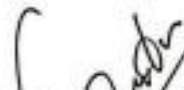
Diana Tri Wardhani, SE, MM, Ph.D

Ketua Penguji



Lina Aryani, SE, MM

Penguji I



Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM

Penguji II



Siti Hidayati, SE, MM

Ketua Program Studi

Disahkan di: Jakarta

Pada tanggal : 24 Oktober 2024

The Influence of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction (Case Study: Pelindo Residence & Convention)

By Nabila Farhana Gani

Abstract

This study aims to analyze the influence of Brand Image and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a mediating variable at Pelindo Residence & Convention. A quantitative approach was used, with data collected through surveys of hotel guests. The data analysis method employed was Structural Equation Modeling (SEM) to test the proposed hypotheses. The results reveal that Brand Image and Service Quality significantly affect Customer Satisfaction and Customer Loyalty. Customer Satisfaction is proven to mediate the relationship between Brand Image, Service Quality, and Customer Loyalty, highlighting the crucial role of Customer Satisfaction in strengthening Customer Loyalty. This study offers practical implications for Pelindo Residence & Convention management in designing strategies to enhance Customer Loyalty by improving Brand Image and Service Quality. By focusing on these factors, the company can create a more positive customer experience, ultimately leading to stronger Customer Loyalty and supporting long-term business growth.

Keywords: *Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Hotel Industry, Pelindo Residence & Convention.*

Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* (Studi Kasus: Pelindo Residence & Convention) Oleh

Nabila Farhana Gani

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi pada Pelindo Residence & Convention. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap tamu hotel. Metode analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) untuk menguji hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* dan *Service Quality* secara signifikan mempengaruhi *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. *Customer Satisfaction* terbukti memediasi hubungan antara *Brand Image*, *Service Quality*, dan *Customer Loyalty*, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam memperkuat loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen Pelindo Residence & Convention dalam merancang strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui peningkatan citra merek dan kualitas layanan. Dengan meningkatkan kedua faktor ini, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan dan mendukung pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Kata Kunci: *Brand Image*, *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, Industri Hotel, Pelindo Residence & Convention.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Kamis , tanggal 24 Oktober 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Nabila Farhana Gani**

No.Pokok Mahasiswa : **2010111177**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Image, Service Quality, terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction (Studi kasus: Pelindo Residence & Convention)

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus ***

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Lina Aryani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Guntur Syahputra Saragih, MSM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 24 Oktober 2024
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprod. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Alhamdulillah, Puji syukur saya panjatkan kepada Yang Maha Kuasa, Allah SWT atas segala rahmat dan petunjuk-Nya yang telah memungkinkan saya untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul **Pengaruh *Brand Image*, *Service Quality*, terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* (Studi Kasus: *Pelindo Residence & Convention*)**, yang dilaksanakan di **Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta pada tahun 2024.**

Sepanjang proses penyusunan proposal penelitian ini, saya mendapatkan berbagai bantuan, bimbingan, arahan, serta panjatan doa dari berbagai pihak yang telah mendukung kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh rasa syukur, saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, antara lain:

1. Kedua orang tua yang sudah membesarkan dan support pada penulis.
2. Saudara dan Kerabat yang sudah support dan mendoakan penulis.
3. Rektor Universitas Pembangunan Nasional Bapak Dr. Anter Venus MA Comm.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Ibu Dr. Jubaedah SE MM.
5. Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M.
6. Dosen Pembimbing Skripsi Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.
7. Teman-teman satu perjuangan dalam menyelesaikan perkuliahan.

Saya sadar bahwasanya masi terdapat beberapa kesalahan pada skripsi ini. Untuk itu, saran beserta masukan konstruktif saya harapkan untuk meningkatkan kualitas dan manfaat dari skripsi ini.

Jakarta, Desember 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
PERNYATAAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 <i>Brand Image</i>	15
2.1.4 <i>Service Quality</i>	18
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i>	21

2.1.6	<i>Customer Loyalty</i>	23
2.2	Penelitian <i>Customer Loyalty</i> Sebelumnya.....	25
2.2.1	Hasil Penelitian sebelumnya	32
2.3	Model Penelitian	38
2.3.1	<i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.3.2	Service Quality terhadap <i>Customer Loyalty</i>	39
2.3.3	<i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	39
2.4	Hipotesis.....	41
 BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.1.1	Definisi Operasional	43
3.1.2	Pengukuran Variabel	45
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Teknik Pengumpulan data	48
3.3.1	Jenis Data	48
3.3.2	Sumber Data 48	
3.3.3	Pengumpulan Data	49
3.4	Teknik Analisis Data	50
3.4.1	Teknik Analisis Deskriptif.....	50
3.4.2	Analisis Data Infrensial.....	51
3.4.3	Hipotesis	57
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	59
4.1.1	Objek Penelitian.....	59
4.1.2	Responden Penelitian	60
4.2	Deskripsi Data Penelitian	62
4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	67

4.3.1	Model Pengukuran (Outer Model)	67
4.3.2	Model Struktural (Inner Model)	72
4.3.3	Uji Hipotesis	74
4.4	Pembahasan	75
4.4.1	Pengaruh Brand Image terhadap Costumer Loyalty	76
4.4.2	Pengaruh Brand Image terhadap Costumer Satisfication	76
4.4.3	Pengaruh Service Quality terhadap Costumer Loyalty	77
4.4.4	Pengaruh Service Quality terhadap Costumer Satisfication	78
4.4.5	Pengaruh Costumer Satisfication terhadap Costumer Loyalty	79
4.4.6	Pengaruh Customer Satisfaction memediasi hubungan Brand Image terhadap Customer loyalty	79
4.4.7	Pengaruh Customer Satisfaction memediasi hubungan Service Quality terhadap Customer loyalty	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Keterbatasan Penelitian	83
5.3	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN		94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Tamu Periode 2024	3
Tabel 2.1 Indikator <i>Service Quality</i>	21
Tabel 2.2 Matriks Penelitian Sebelumnya	32
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel	45
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	49
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
Tabel 3.4 Skala Penilaian Survei	56
Tabel 3.5 Kriteria Tingkat Reliabilitas	54
Tabel 4.1 Tabel Kategori Usia	60
Tabel 4.2 Tabel Kategori Pekerjaan	61
Tabel 4.3 Tabel Kategori Pekerjaan	62
Tabel 4.4 Kategori Usia	64
Tabel 4.5 Tabel Kategori Pekerjaan	65
Tabel 4.6 Tabel Kategori Domisili.....	66
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i>	68
Tabel 4.8 Nilai AVE	69
Tabel 4.9 Nilai AVE	70
Tabel 4.10 Cross loading	70
Tabel 4.11 Uji Reilaibilitas	71
Tabel 4.12 Tabel Koefisien	72
Tabel 4.13 Tabel <i>Adusted R Squared</i>	73
Tabel 4.14 Tabel <i>Q squared</i>	74
Tabel 4.15 Tabel Hipotesis	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perilaku Konsumen	12
Gambar 2.2 Model Penelitian	40
Gambar 2.3 Hipotesis Penelitian	42
Gambar 3.1 Tujuh Tahap Proses PLS	52
Gambar 3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	53
Gambar 3.3 Konstruksi Jalur Diagram.....	54
Gambar 4.1 Lokasi Penelitian.....	59
Gambar 4.2 Diagram Kategori Usia	60
Gambar 4.3 Diagram Kategori Pekerjaan	61
Gambar 4.4 Diagram Kategori Domisili.....	62
Gambar 4.5 Outer Model	68
Gambar 4.6 Hasil <i>Inner Model</i>.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

A. Identitas Diri Responden	95
B. Petunjuk Pengisian Kuesioner	95
C. Daftar Pernyataan.....	96
D. Data Pra Test (30 Responder Pertama)	98