



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA GRAB RIDE-HAILING**

SKRIPSI

CHIQUITA PUTRI RIYADINI 2210111076

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2025**



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *GRAB RIDE-HAILING***

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

CHIQUITA PUTRI RIYADINI 2210111076

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

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Chiquita Putri Riyadini

NIM. : 2210111076

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

Jakarta, 6 Oktober 2025
Yang menyatakan,



Chiquita Putri Riyadini

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Chiquita Putri Riyadini
NIM : 2210111076
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Service Quality dan Brand Image terhadap Customer Loyalty Dimediasi Customer Satisfaction Pada Grab Ride-Hailing

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan 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 : 17 Desember 2025

Yang Menyatakan,



(Chiquita Putri Riyadini)

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA *GRAB RIDE-HAILING*

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CHIQUITA PUTRI RIYADINI 2210111076

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 17 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., CPM
Ketua Penguji




Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM
Penguji I



Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 17 Desember 2025

Influence of Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Grab Ride-Hailing

By Chiquita Putri Riyadini

Abstract

The rapid growth of online ride-hailing services has intensified competition among providers. Within this context, Grab ride-hailing continues to face challenges in delivering service experiences that meet customers expectations and in handling complaints responsively, making efforts to strengthen customer loyalty increasingly important. This study employs a quantitative approach to examine and verify the effects of service quality and brand image on customer loyalty, both directly and indirectly through customer satisfaction as a mediating variable. Primary data were collected through a questionnaire administered to Grab ride-hailing users who are active in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) and are at least 18 years old. Data analysis was conducted using SmartPLS 4.0 with descriptive and inferential procedures, including hypothesis testing through bootstrapping and mediation analysis. The findings indicate that service quality does not have a direct effect on customer loyalty, whereas brand image and customer satisfaction influence customer loyalty. In addition, customer satisfaction mediates the relationships between service quality and customer loyalty, as well as between brand image and customer loyalty. These results suggest that enhancing loyalty depends not only on improving service quality in a direct manner, but also on strengthening customer satisfaction and brand image.

Keywords: *Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

Pengaruh *Service Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi *Customer Satisfaction* Pada Grab Ride-Hailing

Oleh Chiquita Putri Riyadini

Abstrak

Perkembangan layanan transportasi *online* yang semakin pesat membuat persaingan antar penyedia layanan semakin ketat. Di tengah kondisi tersebut, Grab *ride-hailing* masih menghadapi tantangan pada pengalaman layanan, seperti kesesuaian kualitas layanan dengan ekspektasi pelanggan serta respons dalam menangani keluhan, sehingga upaya membangun loyalitas pelanggan menjadi hal yang penting. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan mengetahui, menganalisis, serta membuktikan pengaruh *service quality* dan *brand image* baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *customer loyalty* dengan mediasi *customer satisfaction*. Data primer diperoleh melalui kuesioner dari responden pengguna Grab *ride-hailing* yang beraktivitas di wilayah Jabodetabek dan berusia minimal 18 tahun. Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS 4.0 dengan pendekatan analisis deskriptif dan inferensial, termasuk pengujian hipotesis melalui *bootstrapping* dan uji mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, sedangkan *brand image* dan *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Selain itu, *customer satisfaction* memediasi pengaruh *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty*. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan loyalitas pelanggan tidak hanya bergantung pada kualitas layanan secara langsung, tetapi juga melalui penguatan kepuasan pelanggan dan citra merek.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Rabu, tanggal 17 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Chiquita Putri Riyadini

NIM : 2210111076

Program Studi : Manajemen S1

Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Service Quality dan Brand Image Terhadap Customer Loyalty Dimediasi
Customer Satisfaction Pada Grab Ride-Hailing**

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si .MM.,CPM	Ketua	
2	Dienni Ruhjatini Sholihah, SE., MM	Anggota I	
3	Dr. Guntur Saragih, M.S..M	Anggota II **)	

Keterangan.

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 17 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi *Customer Satisfaction*”.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Selanjutnya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih, S.E., M.S.M., selaku Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si, M.M., CPM., selaku Ketua Dosen Penguji dan Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini. Kemudian, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen program studi S1 Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan peneliti ilmu yang berguna sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada keluarga peneliti yaitu Ayah, Alm. Ibu, Mas Nanda, Kak Dipta, dan Made serta keluarga besar peneliti yang telah mendoakan serta memberikan dukungan mental dan finansial kepada peneliti selama proses menyusun skripsi, lebih lanjut peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih untuk Aya, Ocha, Flo, Fadia, Caca, Ziza, Amor, Adel, Rizka, Yolanda, dan seluruh teman-teman peneliti yang turut memberikan dukungan selama proses menyusun skripsi.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga peneliti menerima saran dan kritik dari para pembaca. Peneliti berharap agar penelitian ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, 7 Desember 2025

Chiquita Putri Riyadini

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Perilaku Konsumen	12
2.1.3 <i>Customer Loyalty</i>	13
2.1.4 <i>Service Quality</i>	15
2.1.5 <i>Brand Image</i>	17
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	20
2.3 Model Penelitian	31
2.3.1 Kerangka Pemikiran.....	31
2.3.2 <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.3.3 <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
2.3.4 <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
2.3.5 <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	32
2.3.6 <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
2.4 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34

3.1.1	Definisi Operasional.....	34
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	35
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1	Populasi.....	35
3.2.2	Sampel.....	36
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.3.1	Jenis Data.....	37
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.3.3	Pengumpulan Data.....	37
3.4	Teknik Analisis Data.....	39
3.4.1	Pre-test.....	39
3.4.2	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	40
3.4.3	Teknik Analisis Data Inferensial.....	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2	Pre-Test.....	50
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	51
4.3.1.	Deskripsi Data Responden.....	52
4.3.2.	Analisis Data Deskriptif.....	55
4.4	Analisis Data Inferensial.....	67
4.4.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	67
4.4.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	73
4.4.3	Uji Hipotesis (<i>Resampling Bootstrapping</i>).....	75
4.4.4	Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>).....	78
4.5	Pembahasan.....	79
4.5.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	79
4.5.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	81
4.5.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	82
4.5.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi <i>Customer Satisfaction</i>	84
4.5.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi <i>Customer Satisfaction</i>	85
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1	Simpulan.....	88
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	89
5.3	Saran.....	89
	DAFTAR PUSTAKA.....	91
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	<i>Net Promoter Score</i> Grab	4
Tabel 2.	Matriks Penelitian Terdahulu Terkait <i>Customer Loyalty</i>	28
Tabel 3.	Pengukuran Variabel	35
Tabel 4.	Jawaban Item Instrumen.....	38
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen	38
Tabel 6.	Tabel Nilai Indeks	41
Tabel 7.	Interpretasi Nilai R-Square.....	46
Tabel 8.	Interpretasi Nilai Q-Square	46
Tabel 9.	Hasil <i>Content Validity</i>	50
Tabel 10.	Hasil <i>Construct Validity</i>	51
Tabel 11.	Karakteristik Responden	52
Tabel 12.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	55
Tabel 13.	Hasil Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	59
Tabel 14.	Hasil Analisis Deskriptif Brand Image	62
Tabel 15.	Hasil Analisis Deskriptif Customer Satisfaction.....	65
Tabel 16.	<i>Output Outer Loading Factor</i>	69
Tabel 17.	Hasil <i>Output Average Variance Extracted (AVE)</i>	70
Tabel 18.	Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	70
Tabel 19.	Hasil Nilai Heterotrait-monotrait (HTMT)	71
Tabel 20.	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	72
Tabel 21.	Hasil Output Uji R-Square	74
Tabel 22.	Hasil Uji Q-Square	74
Tabel 23.	Hasil Nilai Koefisien Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	75
Tabel 24.	Uji Korelasi Tiap Indikator	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Perkembangan Sektor Transportasi dan Makanan Online di Indonesia (2024)	1
Gambar 2.	Grafik Alasan Memilih Transportasi <i>Online</i>	2
Gambar 3.	Aplikasi Transportasi Online dengan Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022-2023)	3
Gambar 4.	Model Penelitian.....	31
Gambar 5.	Tahapan Analisis SEM-PLS.....	42
Gambar 6.	<i>Inner Model</i>	43
Gambar 7.	<i>Outer Model</i>	43
Gambar 8.	Koefisien Jalur.....	44
Gambar 9.	Prosedur Analisis Mediasi	48
Gambar 10.	Logo Grab.....	49
Gambar 11.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	56
Gambar 12.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	59
Gambar 13.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	63
Gambar 14.	Grafik Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	65
Gambar 15.	Hasil <i>Outer Model</i>	68
Gambar 16.	Hasil <i>Inner Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Data Pre-Test
- Lampiran 3. Hasil Uji Pre-Test
- Lampiran 4. Tabulasi Data Responden
- Lampiran 5. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 7. Output Outer Model dan Inner Model SmartPLS 4.0
- Lampiran 8. Output Analisis Data SmartPLS 4.0