



**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DIMEDIASI *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* PADA SPBU PERTAMINA**

**SKRIPSI**

**OKTAVIANI ASHARI      2210111088**

**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 SPBU PERTAMINA**

**SKRIPSI**

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

**OKTAVIANI ASHARI      2210111088**

**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 dirujuk telah saya nyatakan benar.

**Nama : Oktaviani Ashari**

**NIM : 2210111088**

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,



Oktaviani Ashari

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : Oktaviani Ashari  
NIM : 2210111088  
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 SPBU Pertamina**

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 : 16 Desember 2025  
Yang Menyatakan,

  
(Oktaviani Ashari)

# LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* DIMEDIASI *CUSTOMER SATISFACTION*  
PADA SPBU PERTAMINA**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**OKTAVIANI ASHARI**

**2210111088**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 16 Desember 2025  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

**Prof. Prasetyo Hadi, SE., MM.  
Ketua Penguji**

**Suharyati, 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 : 16 Desember 2025

# ***The Effect of Service Quality and Brand Image on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction at SPBU Pertamina***

**By Oktaviani Ashari**

## ***Abstract***

*This study is a quantitative research that aims to identify, analyze, and prove the influence of service quality and brand image, both directly and indirectly, on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. The study uses 135 respondents who are customers of SPBU Pertamina (Pertamina gas stations) that are active in the Administrative City of Jakarta, aged over 17 years, and have previously visited SPBU Pertamina as its primary data, while secondary data are obtained from various references relevant to the research. The statistical tool used in this study is SmartPLS. This research employs descriptive and inferential analysis approaches. The results show that: (i) Service Quality does not have a significant effect on Customer Loyalty, (ii) Brand Image has a significant effect on Customer Loyalty, (iii) Customer Satisfaction has a significant effect on Customer Loyalty, (iv) Customer Satisfaction significantly mediates the relationship between Service Quality and Customer Loyalty, (v) Customer Satisfaction significantly mediates the relationship between Brand Image and Customer Loyalty.*

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

# **Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* Dimediasi *Customer Satisfaction* pada SPBU Pertamina**

**Oleh Oktaviani Ashari**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, serta membuktikan pengaruh dari *service quality* dan *brand image* baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *customer loyalty* yang dimediasi *customer satisfaction*. Penelitian ini menggunakan 135 responden dari pelanggan SPBU Pertamina yang beraktivitas di Kota Administrasi Jakarta dan berusia di atas 17 tahun yang pernah mengunjungi SPBU Pertamina sebagai data primer dan data sekunder peneliti diperoleh melalui berbagai referensi yang relevan dengan penelitian alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah SmartPLS. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif dan inferensial. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa (i) *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (ii) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (iii) *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, (iv) *Customer Satisfaction* signifikan memediasi hubungan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty*, (v) *Customer Satisfaction* signifikan memediasi hubungan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty*.

**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, Selasa, tanggal 16 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Oktaviani Ashari  
NIM : 2210111088  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Service Quality dan Brand Image terhadap Customer Loyalty dimediasi Customer Satisfaction pada SPBU Pertamina**

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

### Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, SE., MM, CFMP	Ketua	
2	Suharyati, 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, 16 Desember 2025

Mengesahkan  
a.n. DEKAN  
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan berkah-Nya dalam kesempatan yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* dimediasi *Customer Satisfaction* pada SPBU Pertamina”**. Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Bapak Dr. Guntur Syahputra Saragih M.S.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu serta meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan serta ilmu yang bermanfaat bagi penulis, seluruh dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mendidik dan membantu penulis selama masa perkuliahan. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, alm. Bapak Subagiyono dan Ibu Endang Susilowati, serta kedua kakak saya Andhi Susilo Subagyo dan Arni Suharti yang selalu menyertakan dukungan, doa, semangat dan finansial kepada penulis. Teman-teman terdekat penulis Rafza, Cuwi-cuwi, dan M-Bank Destroyed yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi dalam penyusunan. Terakhir penulis ucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah kuat dan dapat menyelesaikan tanggung jawab proposal skripsi hingga selesai.

Penulis berharap dengan terselesaikannya proposal skripsi ini dapat menjadi ilmu yang dapat memberikan kontribusi pada bidang pemasaran, serta kerendahan hati, penulis menerima saran dan kritik untuk proposal skripsi ini.

Jakarta, 8 Desember 2025

Oktaviani Ashari

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI</b> .....	<b>iiv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xivv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2. Manajemen Pemasaran Jasa .....	12
2.1.3. Perilaku Konsumen .....	13
2.1.4. <i>Customer Loyalty</i> .....	14
2.1.5. <i>Service Quality</i> .....	16
2.1.6. <i>Brand Image</i> .....	17
2.1.7. <i>Customer Satisfaction</i> .....	19
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	21
2.3. Model Penelitian .....	30
2.3.1. Kerangka Pemikiran .....	31
2.3.2. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	31
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	31
2.3.4. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	32
2.3.5. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	32
2.3.6. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dalam memediasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	32
2.4. Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
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 .....	36
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.	<i>Pre-test</i> .....	39
3.4.2.	Teknik Analisis Data Deskriptif.....	39
3.4.3.	Teknik Analisis Data Inferensial.....	41
3.4.4.	Uji Hipotesis (Resampling bootstrapping).....	46
3.4.4.	Uji Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ) .....	47
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>49</b>
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian .....	49
4.2.	Pre-test.....	50
4.2.1.	Hasil <i>Content Validity</i> .....	50
4.2.1.	Hasil Uji <i>Construct Validity</i> .....	52
4.3.	Deskripsi Data Penelitian .....	53
4.3.1.	Deskripsi Data Responden .....	53
4.3.2.	Analisis Data Deskriptif .....	55
4.4.	Analisis Data Inferensial .....	62
4.4.1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	62
4.4.2.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
4.4.3.	Uji Hipotesis (uji t statistics).....	71
4.4.4.	Uji <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	74
4.5.	Pembahasan .....	75
4.5.1.	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	76
4.5.2.	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	78
4.5.3.	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	80
4.5.4.	<i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi .....	81
	<i>Customer Satisfaction</i> .....	
4.5.5.	<i>Brand Image</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi .....	83
	<i>Customer Satisfaction</i> .....	
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
5.1.	Simpulan.....	85
5.2.	Keterbatasan Penelitian .....	87
5.3.	Saran.....	87
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>90</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Net Promoter Score Pertamina .....	5
Tabel 2.	Matriks Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.	Pengukuran Variabel .....	35
Tabel 4.	Instrumen Skala Likert .....	38
Tabel 5.	Kisi-kisi Instrumen .....	38
Tabel 6.	Bobot Penilaian Jawaban Kuesioner .....	40
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Persentase .....	41
Tabel 8.	Hasil Content Validity .....	50
Tabel 9.	Hasil Construct Validity .....	52
Tabel 10.	Karakteristik Responden .....	53
Tabel 11.	Hasil Analisis Deskriptif Customer Loyalty .....	55
Tabel 12.	Hasil Analisis Deskriptif Service Quality .....	57
Tabel 13.	Hasil Analisis Deskriptif Brand Image.....	59
Tabel 14.	Analisis Tanggapan Responden Terhadap Customer Satisfaction (Z) ...	60
Tabel 15.	Hasil Nilai Loading Factor .....	63
Tabel 16.	Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	65
Tabel 17.	Hasil Nilai Cross Loading .....	65
Tabel 18.	Hasil Nilai Heterotrait-monotrait (HTMT).....	67
Tabel 19.	Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	68
Tabel 20.	Hasil Uji R Square.....	70
Tabel 21.	Hasil Uji Q Square .....	70
Tabel 22.	Hasil Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficient).....	71
Tabel 23.	Uji Korelasi Tiap Indikator .....	73
Tabel 24.	Hasil Perhitungan VAF .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Total SPBU di Indonesia 2025 .....	2
Gambar 2. Ilustrasi Laba Bersih PT Pertamina (Persero) .....	4
Gambar 3. Model Penelitian.....	31
Gambar 4. Tahapan Analisis SEM-PLS.....	42
Gambar 5. Inner Model .....	42
Gambar 6. Outer Model .....	43
Gambar 7. Diagram Jalur .....	44
Gambar 8. Logo Pertamina .....	49
Gambar 9. Grafik Analisis Deskriptif Customer Loyalty .....	56
Gambar 10. Grafik Analisis Deskriptif Service Quality .....	58
Gambar 11. Grafik Analisis Deskriptif Brand Image.....	60
Gambar 12. Grafik Analisis Deskriptif Customer Satisfaction .....	61
Gambar 13. Hasil Outer Model.....	63
Gambar 14. Hasil Inner Model.....	69

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 135 Responden
- Lampiran 3. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4. Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 5. Lembar Pengesahan Judul
- Lampiran 6. Hasil Turnitin
- Lampiran 7. Kartu Monitoring