

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE GO-JEK* DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : WILYAM WIJAYA**

**NIM : 115150471**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2020**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : WILYAM WIJAYA  
NIM : 115150471  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
MATA KULIAH KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICE QUALITY*,  
*CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE*  
GO-JEK DI FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS UNIVERSITAS  
TARUMANAGARA

Jakarta, Januari 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wilyam Wijaya

NIM : 115150471

Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN  
*CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE* GO-JEK DI FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 30 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Sarwo Edy Handoyo, Dr., S.E., M.M.
2. Anggota : Herlina Budiono, S.E., M.M.  
Louis Utama, S.E., M.M.

Jakarta, 30 Januari 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

## ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

- (A) WILYAM WIJAYA (115150471)
- (B) PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE GO-JEK* DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA
- (C) xvi + 112 halaman, Tabel 25, Gambar 8, Lampiran 3
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *customer satisfaction*, dan *corporate image* terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif di mana data yang dikumpulkan oleh peneliti menggunakan metode survei dengan *platform "google form"* terhadap 80 responden yang merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara (FEB-UNTAR). Selanjutnya terdapat tiga hipotesis yang akan diuji dengan cara mengkalkulasi data berskala likert menggunakan PLS-SEM. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah PLS-SEM yang dikalkulasi melalui perangkat lunak SmartPLS 3 dengan metode *bootstrapping* untuk mengukur tingkat signifikansinya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan *service quality*, *customer satisfaction*, dan *corporate image* terhadap *customer loyalty*.
- Kata kunci: Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan loyalitas pelanggan
- (F) DAFTAR BACAAN: 75 (1975 – 2018)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M.

## ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

- (A) WILYAM WIJAYA (115150471)
- (B) THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION AND CORPORATE IMAGE TOWARD CUSTOMER LOYALTY FOR GOJEK (ONLINE TRANSPORTATION) USER AT FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, TARUMANAGARA UNIVERSITY
- (C) xvi + 112 pages, 25 tables, 8 pictures, 3 attachments
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) *ABSTRACT: This study aims to determine the effect of service quality, customer satisfaction, and corporate image toward customer loyalty. This study uses a quantitative method in which data collected by researchers uses a survey method with the "google form" platform of 80 respondents who are students of the Faculty of Economics and Business at Tarumanagara University (FEB-UNTAR). Furthermore, there are three hypotheses that will be tested by calculating Likert scale data using PLS-SEM. Researcher using non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. The data analysis method used by researchers is PLS-SEM which is calculated through the SmartPLS 3 software with bootstrapping method to measure the level of significance. The results of this study indicate that there is a significant positive effect on service quality, customer satisfaction, and corporate image on customer loyalty.*
- Keywords: *Service quality, customer satisfaction, corporate image, and customer loyalty*
- (F) REFERENCE LIST: 75 (1975 – 2018)
- (G) Herlina Budiono, S.E., M.M.