

SKRIPSI
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI
JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*
SATISFACTION



DIAJUKAN OLEH :
NAMA : FRANSISCA YULIANTI
NIM : 115180406

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SKRIPSI
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI
JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*
SATISFACTION



DIAJUKAN OLEH :
NAMA : FRANSISCA YULIANTI
NIM : 115180406

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa Fransisca Yulianti
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) 115180406
Program Studi S.I JURUSAN MANAJEMEN
Alamat : Jalan Tanjung Duren Utara 1 no 97,
Grogol Petamburan, Jakarta Barat
Telp. - _____
HP. 082273625050

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta 7 Januari 2022



Fransisca Yulianti

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Fransisca Yulianti
NIM : 115180406
PROGRAM / JURUSAN : S1/Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*

Jakarta, 26 Januari 2022



(Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Fransisca Yulianti
NIM : 115180406
PROGRAM / JURUSAN : S1/Manajemen
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*

Jakarta, 26 Januari 2022



(Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) Fransisca Yulianti (115180406)
- (B) *THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE TO CUSTOMER LOYALTY SUPER INDO IN JAKARTA MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION*
- (C) xvi + 109 pages, 2022, 30 tables, 6 pictures, 5 attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) *Abstract: The purpose of this study is to empirically examine the effect of service quality and brand image to customer loyalty Super Indo in Jakarta mediated by customer satisfaction. Population of this study are customers who shop at Super Indo outlets in Jakarta. The sample of this study are 250 respondents who live in Jakarta and over 18 years old, using non-probability sampling technique with purposive sampling method and data analysis measured using SmartPLS software. The result of this study indicate that service quality and brand image have a positive and significant effect on customer satisfaction, there is a positive and significant effect of service quality, brand image, and customer satisfaction on customer loyalty, as well as a positive and significant effect of service quality and brand image on customer loyalty mediated by customer satisfaction. This can be a suggestion for Super Indo in Jakarta in increasing customer loyalty.*
- (F) *Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*
- (G) *References 59 (1985-2021)*
- (H) Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JAKARTA

- (A) Fransisca Yulianti (115180406)
- (B) PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*
- (C) xvi + 109 pages, 2022, 30 tabel, 6 gambar, 5 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* Super Indo di Jakarta yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Populasi dalam penelitian ini pelanggan yang berbelanja pada gerai Super Indo yang ada di Jakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 250 responden yang berdomisili di Jakarta dan berusia di atas 18 tahun, dengan menggunakan teknik *non- probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan analisis data diukur dengan menggunakan software *SmartPLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *service quality* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, adanya pengaruh positif dan signifikan dari *service quality*, *brand image*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, serta pengaruh positif dan signifikan dari *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* yang dimediasi oleh *customer satisfaction*. Hal ini dapat menjadi masukan untuk Super Indo di Jakarta dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.
- (F) Kata kunci: *Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*
- (G) Daftar Bacaan 59 (1985-2021)
- (H) Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.

“Beranilah menjalani kehidupan yang
anda impikan untuk diri anda sendiri.
Bergeraklah maju dan buatlah impian
anda menjadi nyata.”

-Ralph Waldo Emerson-

Karya ini saya persembahkan untuk Mama, Papa, dan Kakak tercinta, serta keluarga besar lainnya, sahabat, teman-teman seperjuangan, seluruh pengajar, dan dosen pembimbing yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER SATISFACTION*”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Selain itu, skripsi diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca maupun peneliti dalam hal memberikan kontribusi pengetahuan.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan, dukungan, dan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M. yang bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu, mengarahkan, dan membimbing selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Kepala Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Kedua orang tua dan kakak saya yang tidak pernah lelah memberikan dukungan, semangat, dan doa selama pembuatan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat saya yang selalu menemani, menghibur, memberikan semangat kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

8. Teman-teman seperbimbingan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang saling membantu dan menyemangati satu sama lain.
9. Semua pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas bantuan, motivasi, serta doanya yang diberikan kepada saya.

Akhir kata, semoga penulisan skripsi yang masih banyak kurangnya dari segi tata bahasa, penyusunan, maupun isi yang dikarenakan oleh batasan dalam penelitian ini dapat memenuhi harapan dan bermanfaat bagi yang memerlukannya dan penulis menerima segala saran dan kritik terhadap penulisan skripsi ini untuk perbaikan kedepannya.

Jakarta, Januari 2022

A square box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to be 'Fransisca Yulianti'.

Fransisca Yulianti

DAFTAR ISI

COVER SKRIPSI DALAM	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Identifikasi Masalah	4
3. Batasan Masalah.....	5
4. Rumusan Masalah	5
B. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Gambaran Umum Teori	8
1. Teori Perilaku Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	8
2. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	8
3. Klasifikasi Loyalitas	8
4. Dimensi <i>Service Quality</i>	9
5. Dimensi <i>Brand Image</i>	9
6. Pengukur <i>Customer Satisfaction</i>	9

B.	Definisi Konseptual Variabel.....	10
1.	Definisi Konseptual <i>Service Quality</i>	10
2.	Definisi Konseptual <i>Brand Image</i>	10
3.	Definisi Konseptual <i>Customer Satisfaction</i>	11
4.	Definisi Konseptual <i>Customer Loyalty</i>	12
C.	Kaitan antara Variabel-Variabel	13
1.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	15
3.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
4.	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
5.	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	20
6.	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	22
7.	<i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i>	25
D.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	27
1.	Kerangka Pemikiran.....	27
2.	Hipotesis.....	28
BAB III		30
METODE PENELITIAN		30
A.	Desain Penelitian	30
B.	Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	31
1.	Populasi.....	31
2.	Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.	Ukuran Sampel.....	31
C.	Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	32
1.	Operasionalisasi Variabel.....	32
2.	Instrumen.....	36
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	37
1.	Uji Validitas	37
2.	Uji Reliabilitas	41
E.	Analisis Data.....	42
1.	Uji R^2	42
2.	Uji f^2 (<i>effect size</i>).....	42
3.	Uji Q^2	42

4. Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF)	43
5. Analisis Pengujian Hipotesis.....	43
F. Asumsi Analisis Data.....	45
BAB IV	46
ANALISIS & PEMBAHASAN.....	46
A. Deskripsi Subjek Penelitian	46
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
B. Deskripsi Objek Penelitian	48
1. <i>Service Quality</i>	49
2. <i>Brand Image</i>	50
3. <i>Customer Satisfaction</i>	51
4. <i>Customer Loyalty</i>	53
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data.....	54
D. Hasil Analisis Data.....	55
1. Uji R^2	55
2. Uji f^2 (<i>effect size</i>)	55
3. Uji Q^2	56
4. Uji <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	57
5. Analisis Pengujian Hipotesis	57
E. Pembahasan	63
BAB V	69
PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Keterbatasan dan Saran	69
1. Keterbatasan	69
2. Saran	70
DAFTAR BACAAN.....	73
LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	108

DAFTAR BACAAN

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 197-211.
- Cengiz, E. (2010). Measuring Customer Satisfaction: must or not. *Journal of Naval Science and Engineering*, 6(2), 76-88.
- Chu, P.-Y., Lee, G.-Y., & Chao, Y. (2012). Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Loyalty in An E-Banking Context. *Social Behavior and Personality*, 40(8), 1271-1284.
- Coelho, P. S., & Henseler, J. (2012). Creating Customer Loyalty through Service Customization. *European Journal of Marketing*, 46(3/4), 331-356.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Bussines Research Methods*. New York: McGraw-Hill Education.
- Dahiyat, S. E., Akroush, M. N., & Abu-Lail, B. N. (2011). An integrated model of perceived service quality and customer loyalty: an empirical examination of the mediation effects of customer satisfaction and customer trust . *Int. J. Services and Operations Management*, 9(4), 453-489.
- DAM, S. M., & DAM, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593.
- Darmawan, P. H., & Gozali, M. Y. (2015). Hubungan Antara Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Loyalty Pada PT X di Tangerang. *Conference on Management and Behavioralstudies (CMBS)*, 152-165.
- Diyah, A. R., Dhewi, T. S., & Pratikto, H. (2019). Service Quality, Brand Image and Customer Satisfaction Influence Loyalty (Study on Citilink Airline Passengers). *European Journal of Business and Management*, 11(12), 54-61.
- Drucker, P. (1991). *Innovation and Enterpreneurship: Practice and Principles*. Louisiana: Louisiana State University Press.

- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose , and Findings. *Journal of Marketing*, 7-18.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____ & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafeez, S., & Muhammad, B. (2012). The Impact of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty Programs on Customer's Loyalty : Evidence from Banking Sector of Pakistan. *Internasional Journal of Business and Social Science* 3(16), 200-209.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition*. New York: Pearson Education Limited.
- Hansemark, O. C., & Albinson, M. E. (2004). Customer Satisfaction and Retention: The Experiences of Individual with Employees. *Managing Service Quality*, 14(1).
- Ishaq, M. I., Bhutta, D. M., Hamayun, D. A., Danish, R. Q., & Hussain, N. M. (2014). Role of Corporate Image, Product Quality and Customer Value in Customer Loyalty: Intervening Effect of Customer Satisfaction. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(4), 89-97.
- Jogiyanto, H. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Second Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004). The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services. *Telecommunications Policy*, 28(2), 149-159.

- Kiyani, T. M., Niazi, M. R., Rizvi, R. A., & Khan, I. (2012). The Relationship Between Brand Trust, Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Evidence From Automobile Sector of Pakistan). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 4(1), 489-502.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- _____ & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Edisi 14*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lee, H. S. (2013). Major Moderators Influencing the Relationships of Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Asian Social Science*, 9(2), 1-11.
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4), 450-465.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of Marketing Research: A Hands-On Orientation*. Harlow : Pearson Education Limited.
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitin Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Mehta, A. M., & Tariq, M. (2020). How Brand Image and Perceived Service Quality Affect Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Academy of Marketing Studies Journal*, 24(1), 1-10.
- Minh, N. V., & Huu, N. H. (2016). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-116.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Bandung: Remaja Rosdakarya .
- Nobar, H. B., & Rostamzadeh, R. (2018). The Impact of Customer Satisfaction, Customer Experience and Customer Loyalty on Brand Power Empirical Evidence From Hotel Industry. *Journal of Business Economics and Management*, 19(2), 417-430.

- Ogba, I.-E., & Tan, Z. (2009). Exploring The Impact Of Brand Image On Customer Loyalty and Commitment In China. *Journal of Technology Management*, 4(2), 132-144.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- _____ (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Onyancha, G. K. (2013). The Impact of Bank Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty: A Case of Kenya Commercial Bank. *European Journal of Business and Management*, 5(21), 35-39.
- Osman, Z., & Sentosa, I. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2(1), 25-37.
- _____, Mohamad, L., & Mohamad, R. K. (2015). An Empirical Study of Direct Relationship of Service Quality, Customer Satisfaction and Bank Image on Customer Loyalty in Malaysian Commercial Banking Industry. *American Journal of Economics*, 5(2), 168-176.
- Ou, W. M., Shih, C. M., Chen, C. Y., & Wang, K. C. (2011). Relationship Among Customer Loyalty Programs, Service Quality, Relationship Quality and Loyalty: An Empirical Study. *Chinese Management Studies*, 5(2), 194-206.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Qin, H., & Prybutok, V. R. (2009). Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast-Food Restaurants. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), 78-95.
- Rahi, S. (2016). Impact of Customer Value, Public Relations Perception and Brand Image on Customer Loyalty in Services Sector of Pakistan. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 1-6.

- _____, Yasin, N. M., & Alnaser, F. M. (2017). Measuring The Role Of Website Design, Assurance, Customer Service And Brand Image Towards Customer Loyalty And Intention To Adopt Internet Banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(8), 1-18.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak di Greenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 51-65.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Shanka, M. S. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences*, 1(1), 1-9.
- Suara.com. (2021, Agustus 19). *Viral Aksi Judes Pegawai Swalayan saat Bocil Jajan, Seluruh Karyawan Menatap Sinis*. Retrieved from Suara.com Web site: <https://www.suara.com/news/2021/08/19/161146/viral-aksi-judes-pegawai-swalayan-saat-bocil-jajan-seluruh-karyawan-menatap-sinis>
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susetyo, B. W. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan PT. Indosat terhadap Loyalitas Pelanggan IM3 Di Wilayah Kabupaten Wonogiri Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi. *Tesis S-2 Universitas Sebelas Maret Surakarta*.
- Sutarmaji84. (2020, April 17). *Keluhan : Harga di Gerai Superindo Tidak Sesuai dengan Promo di Katalog*. Retrieved from Media Konsumen Web site : <https://mediakonsumen.com/>
- Thakur, S., & Singh, A. (2012). Brand Image, Customer Satisfaction and Loyalty Intention: A Study In The Context of Cosmetic Product among The People of Central India. *International Journal of Multidisciplinary Management Studies* 2(5), 37-50.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.

- _____ (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi.
- Topbrand-award.com. (2020). *Top Brand Index Beserta Kategori Lengkap*. Retrieved from Top Brand Award Web site: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.
- Tsai, M.-T., Tsai, C.-L., & Chang, H.-C. (2010). The Effect Of Customer Value, Customer Satisfaction, and Switching Costs On Customer Loyalty: An Empirical Study Of Hypermarkets In Taiwan. *Social Behavior and Personality*, 38(6), 729-740.
- Tu, Y.-T., Li, M.-L., & Chih, H.-C. (2013). An Empirical Study of Corporate Brand Image, Customer Perceived Value and Satisfaction on Loyalty in Shoe Industry. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 5(7), 469-483.
- _____, Wang, C.-M., & Chang, H.-C. (2012). Corporate Brand Image and Customer Satisfaction on Loyalty: An Empirical Study of Starbucks Coffee in Taiwan. *Journal of Social and Development Sciences*, 3(1), 24-32.
- Wu, C.-C., Liao, S.-H., Chen, Y.-J., & Hsu, W.-L. (2011). Service Quality, Brand Image and Price Fairness Impact on the Customer Satisfaction and Loyalty. *Proceedings of the 2011 IEEE IEEM*, 1160-1164.
- Yap, B. W., Ramayah, T., & Shahidan, W. N. (2012). Satisfaction and Trust on Customer Loyalty: a PLS Approach. *Business Strategy Series*, 13(4), 154-167.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Fransisca Yulianti
2. Tempat, Tanggal Lahir : Pangkalpinang, 10 Maret 2000
3. Alamat : Jalan Tanjung Duren Utara 1 no 97, Grogol
Petamburan, Jakarta Barat, DKI Jakarta
11470
4. Jenis Kelamin : Wanita
5. Agama : Katolik
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Telepon : 082273625050
8. E-mail : fransisca.115180406@stu.untar.ac.id

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2018 – sekarang : S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara
2. 2015 – 2018 : SMA Santo Yosef, Bangka Belitung
3. 2012 – 2015 : SMP Theresia 1, Bangka Belitung
4. 2006 – 2012 : SD Santo Paulus 1, Bangka Belitung

 (Lerbis R. Aritonang R.) Manajemen Litbang FE UNTAR	
Turnitin Originality Report	
Processed on: 24-Dec-2021 16:48 WIB ID: 1735468895 Word Count: 13972 Submitted: 1	
Similarity Index <div style="font-size: 2em; font-weight: bold;">7%</div>	Similarity by Source Internet Sources: 8% Publications: 9% Student Papers: N/A
PENGARUH SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION By Sm Fransisca Yulianti	

1% match (Internet from 24-Nov-2021)
https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/download/13503/8255
1% match (Internet from 16-Jul-2021)
http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/digital/00000000000000004027/00000000000000004027.pdf
1% match (Internet from 28-Aug-2020)
https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/5666/4979
1% match ()
Gupala, Dony Indra. "Pengaruh Price Fairness Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Layanan Go-Ride Di Surabaya". 2016
1% match (Internet from 01-Nov-2021)
http://etheses.uin-malang.ac.id/29753/1/17510009.pdf
1% match (Internet from 11-Dec-2020)
http://www.stmb-multismart.ac.id/ejournal/index.php/JMBA/article/download/24/23
1% match (Internet from 01-Jan-2019)
https://docplayer.info/68764206-Seminar-nasional-kewirausahaan-dan-inovasi-bisnis-iv-2014-universitas-tarumanagara-jakarta-8-mei-2014-issn-no-kata-pengantar.html
1% match (Internet from 20-Jul-2018)
http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/40200/2/EVITA%20RAHAYU-FEB.pdf
<p>SKRIPSI PENGARUH SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY SUPER INDO DI JAKARTA YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION DIAJUKAN OLEH : NAMA : FRANSISCA YULIANTI NIM : 115180406 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. Permasalahan 1. Latar Belakang Masalah Dalam persaingan di dunia bisnis, teknologi berkembang dengan cepat setiap tahunnya. Kebutuhan manusia yang terus meningkat membuat banyaknya industri ritel bermunculan di berbagai daerah, terutama di kota - kota besar seperti Jakarta. Untuk itu, perusahaan ritel harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan berkomunikasi lebih dekat dengan konsumen agar dapat bersaing dengan perusahaan ritel lainnya. Berbagai macam pusat pembelanjaan banyak tersebar di Indonesia yang salah satunya adalah supermarket dimana dapat menarik para konsumen dengan harga yang murah serta ketersediaan barang yang lengkap. Selain itu, dengan adanya merek membuat perusahaan menjadi lebih bernilai dan dikenal masyarakat. Semakin ketatnya persaingan dalam dunia pembelanjaan, supermarket harus mempunyai strategi</p>