



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
(STUDI PADA PENUMPANG PO. HARYANTO MAGELANG)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Program Strata 1

**Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun:

Susana Vani Natalia

14020217140046

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas (Studi Pada Penumpang PO. Haryanto Magelang)

Nama Penyusun : Susana Vani Natalia

NIM : 14020217140046

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

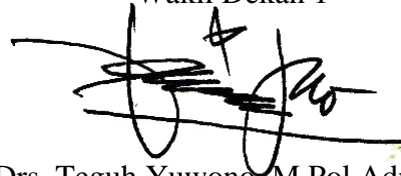
Semarang, 30 Juni 2021

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsosno, MTP
NIP.19640827 199001 1 001

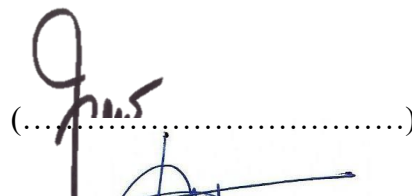
Wakil Dekan 1



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19690822 199403 1 003

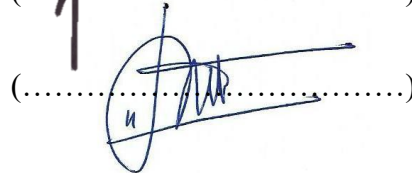
Dosen Pembimbing

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si



(.....)

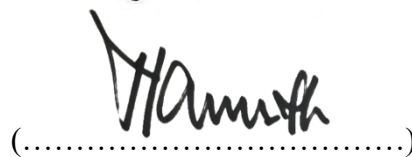
Prof. Dr. Dra Naili Farida M.Si



(.....)

Dosen Penguji

Drs. Handojo Djoko Waloejo M.Si



(.....)

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karna kasih dan karunia-Nya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menikmati segala proses di dunia sampai saat ini.

Motto:

“Setiap tantangan merupakan kesempatan untuk mengenal siapa diri kita dan untuk apa diri kita dan kita tahu sekarang, bahwa Allah turut bekerja dalam segala sesuatu untuk mendatangkan kebaikan bagi mereka yang mengasihi Dia, yaitu bagi mereka yang terpanggil sesuai dengan rencana Allah”

- (Roma 8:28) -

“Janganlah hendaknya kamu khawatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

- (Filipi 4:6) -

“Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang”

- (Amsal 23:18) -

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan terhadap
Loyalitas
(Studi pada Penumpang PO. Haryanto Magelang)**

ABSTRAK

Perusahaan jasa bus saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini juga terjadi di Magelang. Setiap perusahaan otobus (PO) bus berlomba-lomba untuk menempatkan diri pada posisi teratas di dalam pasar sehingga dapat memenangkan persaingan. Loyalitas yang tinggi adalah salah satu hal yang diperlukan perusahaan untuk memenangkan persaingan pasar. Loyalitas yang tinggi dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang tinggi, sebuah citra merek yang baik, serta kepuasan yang dirasakan penumpang tinggi. Menurut data dari PO. Haryanto Magelang, menunjukkan bahwa terjadi kenaikan dan juga penurunan jumlah penumpang yang tidak stabil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel intervening. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research* dengan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 100 orang responden yang pernah naik PO. Haryanto lebih dari 3 kali. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan bantuan aplikasi computer SPSS 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas, citra merek berpengaruh terhadap kepuasan, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan, serta terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan. Adapun saran bagi PO. Haryanto adalah agar melakukan promosi secara aktif pada media sosial, meningkatkan pelayanan secara maksimal, meningkatkan sikap yang baik kepada penumpang, serta melakukan promosi agar mengikat loyalitas

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

***The Impact of Service Quality, Brand Image, and Satisfaction on Loyalty
(Study on Passengers of PO Haryanto Magelang)***

ABSTRACT

Bus service companies are currently growing rapidly. This also happened in Magelang. Every bus company is competing to put itself in the top position in the market so that it can win the competition. High loyalty is the one of the things that companies need to win market competition. High loyalty can be influenced by high service quality, a good brand image, and high customer satisfaction. According to data from PO. Haryanto Magelang, showed that there was an increase and also a decrease in the number of passengers who were not stable. This study aims to determine the effect of service quality and brand image on loyalty through satisfaction as an intervening variable. This type of research is explanatory research with purposive sampling method. The data collection technique used a questionnaire which was distributed to 100 respondents who had taken PO. Haryanto more than 3 times. The analytical method used in regression analysis with the help of SPSS 25 computer application. The result of the study show that service quality affects satisfaction, service quality affects loyalty, brand image affect satisfaction, brand image affects loyalty, satisfaction affects loyalty, there is an influence service quality on loyalty through satisfaction, and there is an influence of brand image on loyalty through satisfaction. As for suggestions for PO. Haryanto is to actively promote on social media, improve service to the maximum, improve a good attitude to passengers, and carry out promotions to bind loyalty

Keywords: Service Quality, Brand Image, Satisfaction, Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Kepuasan terhadap Loyalitas (Studi pada Penumpang PO. Haryanto Magelang)”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan jenjang pendidikan program Strata 1 (S1) Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidaklah mungkin selesai dengan baik tanpa doa, dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini, penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Hadi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si serta Ibu Prof. Dr. Naili Farida, M.Si selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas segala arahan, bimbingan serta bantuan kepada saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Drs. Handojo Djoko W, M.Si selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan.
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik atas segala ilmu dan didikan selama saya duduk dibangku kuliah.
5. Kedua orang tua saya, Ayahanda Drs. Johanes Widijatmoko serta Ibunda tersayang Tri Astuti, BA yang telah memberikan kasih sayang, didikan, arahan, doa yang tidak ada hentinya, serta dukungan moral dan moril kepada penulis sampai saat ini.
6. Kakak saya Florentinus Christian W N A.Md atas segala dukungan dan doa. Terimakasih sudah selalu ada untuk saya.
7. Teman saya Nur, Tafanny. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik selama masa kuliah. Terimakasih sudah banyak membantu dan mendengarkan serta memberi solusi di semua hambatan yang pernah saya lalui.

8. Teman baik saya, Vira, Christa, Yusenda. Terimakasih sudah mendengarkan keluhan saya dan memberikan segala solusi untuk saya selama proses penulisan skripsi ini. Sukses selalu kalian.
9. Seluruh teman Administrasi Bisnis 2017 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Segenap sahabat Kesenian Jawa Universitas Diponegoro 2018, khususnya Ajeng, Geysa, Nana, Syahrin, Usik, Tiara, Ratna, Ardi, Adit, Asrofi, Wisnu. Terimakasih atas kehangatan dan rasa sayang kalian selama berkegiatan bersama. Saya tidak akan pernah lupa.
11. Pihak manajemen PO. Haryanto atas kesediaannya menjadi objek penelitian. Semoga perusahaan semakin maju dan lancar.
12. Seluruh responden penumpang PO. Haryanto yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, Juni 2021

Penyusun,

Susana Vani Natalia

NIM.14020217140046

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Bagi Peneliti.....	11
1.4.2 Bagi Perusahaan.....	11
1.4.3 Bagi Pihak Lain	12
1.5 Kerangka Teori/Konsep	12
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	12
1.5.2 Bauran Pemasaran.....	13
1.5.3 Kualitas Pelayanan.....	15
1.5.4 Citra Merek	18
1.5.5 Kepuasan Konsumen	22
1.5.6 Loyalitas Konsumen	26
1.6 Hubungan Antar Variabel Penelitian	30
1.6.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	30
1.6.2 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	31
1.6.3 Hubungan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	32
1.6.4 Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	33

1.6.5 Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	33
1.6.6 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan ..	34
1.6.7 Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan	35
1.7 Penelitian Terdahulu	36
1.8 Hipotesis	39
1.9 Definisi Konseptual	40
1.9.1 Kualitas Pelayanan.....	41
1.9.2 Citra Merek	41
1.9.3 Kepuasan Konsumen	41
1.9.4 Loyalitas Konsumen	41
1.10 Definisi Operasional.....	42
1.10.1 Kualitas Pelayanan.....	42
1.10.2 Citra Merek	44
1.10.3 Kepuasan Konsumen	44
1.10.4 Loyalitas Konsumen	45
1.11 Metode Penelitian.....	45
1.11.1 Tipe Penelitian	45
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	46
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel	47
1.11.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
1.11.5 Skala Pengukuran	49
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data.....	50
1.11.7 Teknik Pengolahan Data.....	50
1.11.8 Teknik Analisis	51
1.11.8.5 Uji Regresi	55
1.11.8.6 Uji Signifikansi	55
1.11.8.7 Uji Sobel	56
BAB II GAMBARAN UMUM PO. HARYANTO DAN IDENTITAS RESPONDEN	60
2.1 Profil Umum PO. Haryanto	60
2.2 Sejarah PO. Haryanto	63
2.3 Logo PO. Haryanto	63
2.4 Visi dan Misi PO. Haryanto	65
2.5 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan	65

2.6 Rute dan Trayek PO. Haryanto.....	72
2.7 Identitas Responden.....	73
2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	73
2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden.....	73
2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	76
2.7.5 Frekuensi Dalam Menggunakan PO. Haryanto	77
BAB III PEMBAHASAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS (STUDI PADA PENUMPANG PO. HARYANTO MAGELANG)	78
3.1 Uji Validitas	78
3.2 Uji Reliabilitas	83
3.3 Analisis Deskripsi Variabel	84
3.3.1 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	85
3.3.2 Persepsi Responden Terhadap Variabel Citra Merek	109
3.3.3 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan.....	117
3.3.4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	124
3.4 Uji Hipotesis.....	130
3.4.1 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang	130
3.4.2 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Penumpang	137
3.4.3 Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	143
3.4.4 Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas	150
3.4.5 Analisis Pengaruh Kepuasan Penumpang terhadap Loyalitas Penumpang.....	156
3.4.6 Uji Sobel	162
3.4.5 Pembahasan.....	168
BAB IV PENUTUP	173
4.1 Kesimpulan	173
4.2 Saran.....	174
DAFTAR PUSTAKA	176

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penumpang PO. Haryanto yang Beroperasi dari Magelang.....	4
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 1. 3 Skor Jawaban Model Likert	50
Tabel 1. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 2. 1 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 2. 2 Usia Responden.....	74
Tabel 2. 3 Jenis Pekerjaan Responden	75
Tabel 2. 4 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	76
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	79
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Citra Merek	81
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Kepuasan.....	82
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Loyalitas.....	83
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan, dan Loyalitas Konsumen.....	84
Tabel 3. 6 Fasilitas Fisik PO. Haryanto Yang Terlihat Bersih, Terjaga, dan Dalam Kondisi Baik Sehingga Layak Digunakan	85
Tabel 3. 7 Sarana Komunikasi Menggunakan Media Elektronik Sehingga Mudah Bagi Penumpang Untuk Menjangkau PO. Haryanto	87
Tabel 3. 8 Pelayanan dan Jadwal Keberangkatan PO. Haryanto Cepat dan Tepat Waktu	88
Tabel 3. 9 Pelayanan PO. Haryanto Sesuai dengan Harapan Penumpang.....	89
Tabel 3. 10 PO. Haryanto Selalu Menurunkan Penumpang Sesuai Dengan Rute Tujuan Penumpang.....	90
Tabel 3. 11 PO. Haryanto Mampu Menanggapi Pertanyaan Penumpang Dengan Sopan.....	92
Tabel 3. 12 Crew PO. Haryanto Mampu Berkomunikasi Dengan Baik Terkait Jadwal Keberangkatan, Sehingga Penumpang Merasa Aman	93
Tabel 3. 13 Crew PO. Haryanto Memberikan Pelayanan dan Keamanan Yang Dapat Dipercaya.....	94
Tabel 3. 14 Penumpang Merasa Aman Ketika Membeli Tiket di Agen PO. Haryanto.....	95
Tabel 3. 15 Kemampuan Sopir Dalam Mengendarai Bus Menggunakan Teknik Menyetir Yang Baik, Sehingga Penumpang Merasa Aman.....	97
Tabel 3. 16 Crew PO. Haryanto Mau Memberikan Pelayanan Yang Baik Kepada Penumpang Dengan Menjawab Segala Pertanyaan Mengenai Rute Perjalanan... ..	98
Tabel 3. 17 Crew PO. Haryanto Sigap Dalam Memberi Informasi Yang Jelas Kepada Penumpang Apabila Terdapat Perubahan Waktu dan Jadwal Keberangkatan.....	99
Tabel 3. 18 Crew PO. Haryanto Memberikan Perhatian Individual yang Baik dan Tulus Kepada Penumpang.....	100

Tabel 3. 19 Crew PO. Haryanto Dapat Memahami Kebutuhan Penumpang Dengan Memberikan Saran Pemberhentian Terdekat Dengan Tujuan Penumpang	101
Tabel 3. 20 Crew PO. Haryanto Selalu Melakukan Komunikasi dan Memberikan Informasi Yang Jelas	102
Tabel 3. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	104
Tabel 3. 22 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	108
Tabel 3. 23 Penumpang Mengenal Merek “Haryanto” Melalui Logo, dan Tulisan Yang Mudah Dibaca	110
Tabel 3. 24 Penumpang Mengenal Bus Haryanto Karena Bus Ini Merupakan Sebuah Merek Bus Yang Sudah Terkenal	111
Tabel 3. 25 Penumpang Gemar dan Memilih PO. Haryanto Sebagai Pilihan Transportasi Karena Sesuai Dengan Selera atau Keinginan Penumpang	113
Tabel 3. 26 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Citra Merek	114
Tabel 3. 27 Kategorisasi Variabel Citra Merek	116
Tabel 3. 28 Penumpang Merasa Puas Karena Pelayanan Yang Diberikan PO. Haryanto Baik	117
Tabel 3. 29 Penumpang Berniat Menggunakan PO. Haryanto Lagi Karena Penumpang Puas Dengan Bentuk Pelayanannya	118
Tabel 3. 30 Penumpang Merasa Pelayanan Yang Diberikan Sesuai Dengan Harapan Penumpang Sehingga Penumpang Memilih PO. Haryanto Sebagai Pilihan Pertama Ketika Penumpang Membutuhkan Layanan Jasa Transportasi Bus	120
Tabel 3. 31 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan....	121
Tabel 3. 32 Kategorisasi Variabel Kepuasan	123
Tabel 3. 33 Penumpang Berkomitmen Untuk Menggunakan Kembali Jasa Yang Sama Yaitu PO. Haryanto	124
Tabel 3. 34 Penumpang Mempunyai Kesetiaan Yang Sudah Kuat Kepada PO. Haryanto Sehingga Tidak Terpengaruh Bus Lain.....	125
Tabel 3. 35 Merekomendasikan PO. Haryanto Kepada Orang Lain.....	126
Tabel 3. 36 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Variabel Loyalitas	127
Tabel 3. 37 Kategorisasi Variabel Loyalitas	130
Tabel 3. 50 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Citra Merek dan Loyalitas	152

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PO. Haryanto	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PO. HaryantoStaff Admin Keuangan.....	66
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PO. Haryanto.....	66
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan.....	136
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Variabel Kualitas Pelayanan dan Loyalitas	143
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Variabel Citra Merek dan Kepuasan.....	149
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Variabel Citra Merek dan Loyalitas.....	156
Gambar 3. 5 Kurva Uji t Variabel Kepuasan dan Loyalitas	162
Gambar 3. 6 Kerangka Uji Sobel	163
Gambar 3. 7 Hasil Uji Sobel	164
Gambar 3. 8 Kerangka Uji Sobel	166
Gambar 3. 9 Hasil Uji Sobel	167

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	182
Lampiran 3. Identitas Responden.....	187
Lampiran 4. Tabel Induk.....	191
Lampiran 5. Uji Validitas.....	196
Lampiran 6. Uji Reliabilitas.....	199
Lampiran 7. Uji Koefisien Korelasi.....	200
Lampiran 8. Uji Koefisien Determinasi.....	202
Lampiran 9. Uji Regresi Sederhana.....	203
Lampiran 10 Distribusi Nilai t Tabel.....	204
Lampiran 11 Distribusi Nilai r tabel Signifikansi 5% dan 1%.....	206