

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE DISCOUNT* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* JASA ONLINE  
(STUDI PADA PT. TIKET LIBURAN INDONESIA DI GRESIK)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh :  
NUR FATMAWATI  
NPM : 12420163**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2018**

**SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : NUR FATMAWATI  
**NPM** : 12420163  
**Alamat** : SAMBONGAN V NO 8 SURABAYA  
**Program Studi** : MANAJEMEN  
**Fakultas** : EKONOMI

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“PENGARUH *BRAND IMAGE, PRICE DISCOUNT* DAN *QUALITY SERVICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* JASA *ONLINE* STUDI PADA PT.TIKET LIBURAN INDONESIA”**

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 2 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



**(Nur Fatmawati)**

**NPM : 12420163**

## SKRIPSI

Pengaruh *Brand Image, Price Discount Dan Service Quality* Terhadap  
*Customer Loyalty Jasa Online*  
(Studi Pada PT. Tiket Liburan Indonesia di Gresik)

Diajukan Oleh :

NUR FATMAWATI

NPM : 12420163

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Titik Inavati, SE., MM

Tanggal, 31 Juli 2018

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., M.Si

Tanggal, 31 Juli 2018

**SKRIPSI**

*Brand Image, Price Discount Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty  
Jasa Online (Studi Pada PT. Tiket Liburan Indonesia Di Gresik)*

Diajukan Oleh :

Nur Fatmawati  
NPM : 12420163

**Susunan Dewan Penguji**

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



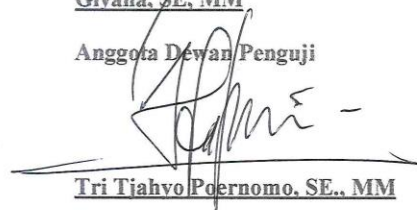
Dr. Titik Inayati, SE., MM

Anggota Dewan Penguji



Givana, SE, MM

Anggota Dewan Penguji



Tri Tjahyo Permono, SE., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi  
Tanggal.. 31 Juli 2018



Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si.  
Ketua Program Studi

## **KATA PENGANTAR**

Syukur Alhamdulillah, berkat rahmat Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan melalui proses pembelajaran yang cukup lama dengan banyak mengalami kendala, hambatan dan tentu saja pengalaman yang luar biasa dalam penyusunan skripsi ini. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang selalu memberi petunjuk, membantu penulis sehingga hambatan dan kendala dapat terlewati dengan baik.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Iman Karyadi, Ak, MM, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Giyana, SE selaku dosen wali.
5. Ibu Dr. Titik Inayah, SE, MM selaku dosen pembimbing penyusunan skripsi.

6. Ayah dan Ibu saya yang selama ini mendoakan saya agar cepat selesai dalam menempuh kuliah. Berkat do'a dan kasih sayang merekalah yang selalu membangkitkan harapan si penulis.
7. Edu Utama Salim yang selama ini sudah mendampingi, memberikan support dan mengingatkanku untuk menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
8. Radica Mairani, Selly Metalina, Reza Erisa dan Adella Mutiara kalian yang selama ini selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
9. Buat teman-temanku yang belum menempuh atau menyelesaikan skripsinya mudah-mudahan diberi kelancaran buat mengerjakan atau menyelesaikan skripsinya.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penulisan.

Surabaya, 2 Juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACTION.....</b>	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8

### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	12
2.1.4 <i>E-Business</i> .....	14
2.1.5 <i>E-Marketing</i> .....	14
2.1.5.1 <i>Website</i> .....	15
2.1.5.2 Kegunaan <i>Website</i> .....	15
2.1.5.3 Komponen Pembuatan <i>Website</i> .....	17

2.1.6 <i>Brand Image</i> Atau Citra Merek .....	20
2.1.6.1 Manfaat <i>Brand Image</i> .....	21
2.1.6.2 Indikator <i>Brand Image</i> .....	23
2.1.7 <i>Price Discount</i> .....	23
2.1.7.1 Macam-Macam Diskon .....	24
2.1.7.2 Indikator <i>Price Discount</i> .....	25
2.1.8 <i>Service Quality</i> .....	25
2.1.8.1 <i>Gap</i> (Kesenjangan) Kegagalan Penyampaian Jasa.....	26
2.1.8.2 Indikator <i>Service Quality</i> .....	27
2.1.8.3 Karakteristik Jasa Atau Layanan .....	28
2.1.9 <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.1.9.1 Tingkatan <i>Customer Loyalty</i> .....	31
2.1.9.2 Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	33
2.1.10. Hubungan antar variabel .....	34
2.1.10.1. <i>Brand Image</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.1.10.2. <i>Price Discount</i> Dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.1.10.3. <i>Service Quality</i> dengan <i>Customer Loyalty</i> .....	34
2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
2.3 Model Analisa .....	39
2.4 Hipotesis.....	40

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Pendekatan Penelitian .....	41
3.2 Populasi dan Sampel .....	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel.....	41
3.3 Identifikasi Variabel.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	43
3.5 Sumber Data.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47



3.7.1 Uji Validitas .....	47
3.7.2 Uji dan Reabilitas.....	48
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.4 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.7.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
3.7.6 Pengujian Hipotesis .....	52
3.7.6.1 Uji Hipotesis Satu (Uji F) .....	52
3.7.6.2 Uji Hipotesis Dua (Uji t) .....	53
3.7.6.3 Uji Hipotesis Tiga (Dominan) .....	55

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum PT. Tiket Liburan Indonesia.....	56
4.2 Deskripsi hasil penelitian .....	57
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	60
4.2.2.1 Deskripsi Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ) .....	62
4.2.2.2 Deskripsi Mengenai <i>Price Discount</i> ( $X_2$ ).....	63
4.2.2.3 Deskripsi Mengenai Variabel <i>Service Quality</i> ( $X_3$ ) .....	64
4.2.2.4 Deskripsi Mengenai Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	65
4.3 Hasil Analisis Data.....	67
4.3.1 Hasil Pengujian Validitas.....	67
4.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	68
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.4 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	74
4.3.4.1 Hasil Pengujian Koefisien Regresi Linier Berganda .....	74
4.3.4.2 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	75
4.4 Uji Hipotesis.....	76
4.4.1 Hasil Pengujian Hipotesis Kesatu (Uji F) .....	76
4.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (Uji t).....	78
4.4.3 Hasil Pengujian Dominan .....	80
4.5 Pembahasan.....	81

4.5.1 <i>Brand Image, Price Discount Dan Service Quality</i> Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Customer Loyalty Online</i> PT. Tiket Liburan Indonesia .....	81
4.5.2 <i>Brand Image, Price Discount Dan Service Quality</i> Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Customer Loyalty Online</i> PT. Tiket Liburan Indonesia .....	83
4.5.3 <i>Service Quality</i> Berpengaruh Dominan Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	85

## **BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

5.1 Simpulan .....	86
5.2 Saran .....	86
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	87

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya .....	36
Tabel 3.1 Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik PendidikanTerakhir Responden .....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden .....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan Rata-Rata Perbulan Responden .....	60
Tabel 4.6 Kategori Mean Masing-masing Variabel.....	61
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i> ( $X_1$ ) .....	62
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Price Discount</i> ( $X_2$ ) .....	63
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Service Quality</i> ( $X_3$ ).....	64
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)...	65
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Masing-masing Variabel .....	67
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	68
Tabel 4.13 Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> dan Nilai <i>Tolerance</i> .....	71
Tabel 4.14 Nilai <i>Durbin-Watson</i> .....	72
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji F.....	76
Tabel 4.16 Hasil Analisis Uji t.....	78
Tabel 4.17 Nilai <i>Standardized Coefficients Beta</i> .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 model Analisis Penelitian.....	39
Gambar 3.1 Kurva Distribusi F.....	53
Gambar 3.2 Kurva Distribusi t.....	54
Gambar 4.1 Grafik Pengujian Normalitas Data .....	69
Gambar 4.2 Grafik Pengujian Heteroskedastisitas.....	70
Gambar 4.3 <i>Kurva Distribusi Uji F</i> .....	77
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> ) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	79
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Price Discount</i> (X <sub>2</sub> ) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	79
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Service Quality</i> (X <sub>3</sub> ) Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y).....	80

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: In Put SPSS
Lampiran 3	: Out Put SPSS
Lampiran 4	: Tabel F dan Tabel t

## ABSTRAK

Berlibur sepertinya telah menjadi kegiatan yang tidak terpisahkan dari daftar kebutuhan kita, baik untuk keperluan bisnis, akademis, dinas, maupun sekadar bersantai menikmati hari libur dengan kondisi seperti sekarang ini membuat perubahan gaya hidup masyarakat saat ini dalam menggunakan jasa *travel agency* setiap individu memilih untuk menggunakan jasa OTA (*online travel agency*) karena di nilai lebih praktis. Persaingan yang ketat menuntut para *travel agency* untuk terus kreatif dalam memberikan tawaran-tawaran promosi marketing yang menarik untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan customer dan mempertahankan penggunaanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *brand image*, *price discount* dan *quality service* terhadap *customer loyalty* jasa *online* studi pada PT. Tiket Liburan Indonesia. Penelitian ini ditujukan kepada pelanggan yang menggunakan jasa layanan (tiket pesawat, voucher hotel dan kereta api). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *brand image*, *price discount* dan *quality service* sedangkan variabel terikat adalah *customer loyalty*. Dalam penelitian ini, penentuan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan prosedur *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 78 orang. Uji Hipotesa dengan melakukan analisa regresi linier berganda.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda menggunakan uji F dan uji t yang diproses menggunakan perangkat lunak SPSS *for windows*. Simpulan penelitian ini menyatakan bahwa *brand image*, *price discount* dan *quality service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* baik secara simultan maupun parsial, serta variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap *customer loyalty* adalah variabel *price discount*.

**Kata kunci** : Brand image, Price Discount, Quality Service, Customer Loyalty

## ***ABSTRACT***

Vacation seems to have become an inseparable activity from our list of needs, whether for business, academic, business, or just relaxing to enjoy a holiday with the conditions as it is today making the current lifestyle changes in using travel agency services every individual chooses to use services OTA (online travel agency) because the value is more practical. Fierce competition requires travel agencies to continue to be creative in delivering attractive promotional offers to meet customer needs or wants and retain their users

The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, price discount and quality service to customer loyalty services online study at PT. Tiket Liburan Indonesia Indonesia. This study is aimed at customers who use the services (airfare, hotel and train). The independent variables in this research are brand image, price discount and quality service while the dependent variable is customer loyalty. In this research, the determination of the sample is done by non probability sampling method with purposive sampling procedure. The sample used is 78 people. Test Hypothesis by performing multiple linear regression analysis.

Data analysis technique used is multiple linear regression analysis using F test and t test processed using SPSS for windows software. The conclusion of this research stated that brand image, price discount and quality service have positive and significant influence to customer loyalty either simultaneously or partially, and the variable that has dominant influence to customer loyalty is variable price discount.

**Key word** : Brand image, Price Discount, Quality Service, Customer Loyalty