

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN STELLAR
POWERHOUSE SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

RAMADHAN JANUAREZA

NPM : 17420082

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAMADHAN JANUAREZA

NPM : 17420082

Alamat : Jl. Kedurus Dukuh III no 62, Karang Pilang Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN STELLAR POWERHOUSE SURABAYA** adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat.

Dengan surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 29 Agustus 2021



SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN STELLAR
POWERHOUSE SURABAYA

Diajukan oleh :

RAMADHAN JANUAREZA

NPM : 17420082

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN
BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



Gayana, SE, MM.

Tanggal, 23 Agustus 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiniingsih, SE., M.Si

Tanggal, 23 Agustus 2021

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PELANGGAN STELLAR POWERHOUSE SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RAMADHAN JANUAREZA

NPM : 17420082

Susunan Dewan Penguji

Sekretaris,



Husni Indrawati Wijaya Putri, SE.,MM

Ketua Dewan Penguji,



Dijah Julindrastuti, SE.,M.Ak

Anggota Dewan Penguji,



Hendra Prasetya, SE.,M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal,

2021



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh brand image dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan Stellar Powerhouse Surabaya. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak akhirnya terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmadji dr.SP, THT-KL.,(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Bapak Giyana, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan baik dan sabar dalam membimbing penulis untuk menyusun skripsi dengan baik.
5. Ibu Dra. Ec Dwi Bhakti Iriantini, SE.,M.Si selaku dosen wali.

6. Kedua Orang tua tercinta atas jasa-jasanya dalam segala hal yang dapat mendidik, memberi ilmu yang tak terbatas serta cinta dan kasih sayangnya bagi penulis.
7. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kesempurnaan dalam penelitian ini.

Surabaya, 04 April 2021

Ramadhan Januareza

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACTION.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB II.....	7
TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Konsep Pemasaran	9
2.1.4 Pengertian Jasa.....	10
2.1.5 <i>Brand Image</i>	14
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	20

2.1.8 Hubungan Antar Variabel.....	23
2.2 Penelitian Sebelumnya	24
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	28
2.3.1 Hipotesis	28
BAB III	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel	29
3.3 Identifikasi Variabel	31
3.4 Definisi Operasional.....	31
3.4.1 Brand Image (X_1).....	31
3.4.2 Kualitas Pelayanan (X_2).....	32
3.4.3 Kepuasan Pelanggan (Y)	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	33
3.5.1 Jenis Data.....	33
3.5.2 Sumber Data	33
3.5.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	34
3.6 Studi Pustaka	35
3.7 Teknik Analisis.....	35
3.7.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	36
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7.4 Uji Hipotesis	41
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Subyek	46
4.1.1 Sejarah Stellar Powerhouse	46
4.1.2 Visi dan Misi.....	46
4.1.3 Logo Stellar Powerhouse	47

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	47
4.2.1 Hasil Penelitian.....	47
4.3 Deskripsi Mengenai Variabel Peneltian	50
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.4.1 Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel Brand image (X1) adalah sebagai berikut:	51
4.4.2 Penyajian data jawaban responden berdasarkan variabel kualitas pelayanan (X2) adalah sebagai berikut:.....	53
4.4.3 Deskripsi variabel kepuasan pelanggan (Y)	56
4.5. Analisis Data	58
4.5.1. Uji Instrumen	58
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.6.1 Uji Normalitas.....	60
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	61
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.7.1 Uji Hipotesis	66
4.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	69
4.7.3 Uji t (Uji Persial).....	67
4.8 Pembahasan	72
4.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Stellar Powerhouse Surabaya	72
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stellar Powerhouse Surabaya.....	73
BAB V	73
SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sebelumnya dengan Saat Ini....	28
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	48
Tabel 4.2 Responden Bedasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan.....	50
Tabel 4.4 Kategori Penilaian.....	51
Tabel 4.5 Jawaban tanggapan responden mengenai <i>Brand Image</i> (X1).....	51
Tabel 4.6 Jawaban tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan (X2)....	54
Tabel 4.7 Jawaban tanggapan responden mengenai Kepuasan Pelanggan(Y)....	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.12 Uji F.....	66
Tabel 4.15 Hasil Analisis Uji t.....	69
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinan Berganda (R2).....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Kurva t-test.....	43
Gambar 3.1 Kurva f-test.....	45
Gambar 4.1.3 Logo Stellar Powerhouse.....	47
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	63
Gambar 4.3 Kurva Uji F.....	67
Gambar 4.4 Kurva Uji t <i>Brand Image</i>	69
Gambar 4.5 Kurva Uji t Kualitas Pelayanan.....	70

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada stellar powerhouse Surabaya. Juga sebagai bahan masukan perusahaan dalam meningkatkan pelanggan. populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan stellar powerhouse Surabaya yang pernah atau saat ini menjadi pelanggan stellar powerhouse Surabaya. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan secara simultan *brand image* (X1), kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada stellar powerhouse Surabaya. Dapat dilihat dari nilai signifikansi penelitian lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan uji parsial *brand image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai Sig *brand image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai probabilitas signifikasn $0,000 < 0,05$.. Maka H₀ ditolak Ha diterima.

Kata Kunci: Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of brand image and service quality partially or simultaneously on consumersatisfaction at Stellar Powerhouse Surabaya. also as an input in increasing sales of the company's products. The population in this study were consumers of Stellar Powerhouse Surabaya who have been or are currently customer Stellar Powerhouse Surabaya. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling method. The results of this study show that simultaneously brand image (X1), service quality (X2) have a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y) at Stellar Powerhouse Surabaya. It can be seen from the research significance value smaller than 0.05, namely 0.000 ($0.000 < 0.05$). Based on the partial test, brand image (X1) has a positive and significant effect on consumer satisfaction (Y) with the value of Sig brand mage partially significant effect on consumer satisfaction with a significant probability value of $0.000 < 0.05$. Service Quality (X2) has a positive and partially significant effect on consumer satisfaction (Y) with a significant probability value of $0.000 < 0.05$. Then H_0 is rejected, H_a is accepted.

Keywords: *The Influence of Brand Image and Service Quality on Consumer Satisfaction.*