

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI**

**(Studi Pada Supermarket Mirota Di Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) Pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:  
Gladys Yauni Wijaya  
200325316

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI MEDIASI**

**(Studi pada Supermarket Mirota Di Yogyakarta)**

**Disusun oleh:**

**Gladys Yauni Wijaya**

**NPM: 20 03 25316**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE.,M.Sc., Ph.D.**

**19 juni 2024**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS**  
**PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN**  
**PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI**  
**(Studi pada Supermarket Mirota Di Yogyakarta)**

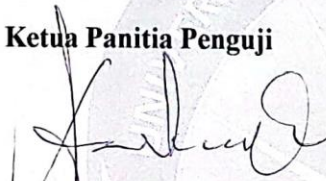
**Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh :**  
**Gladys Yauni Wijaya / 20 03 25316**

Telah di pertahankan di  
depan panitia penguji  
Pada tanggal 10 Juli 2024


Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah  
satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

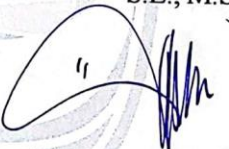
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

  
Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.

**Anggota Panitia Penguji**

  
Wenefrida Mahestu N. Krisjanti.  
S.E., M.Sc., Ph.D.

  
Theresia Agung Maryudi Harsiwi  
SE., M.Si.

Yogyakarta, 18 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti. S.E., M.Sc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN CITRA MEREK  
DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI  
(Studi pada Supermarket Mirota Di Yogyakarta)**

Adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri. Dari segala pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah saya cantumkan secara tertulis diskripsi ini didalam bagian daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik pada skripsi yang saya miliki, maka gelar dan ijazah yang saya dapatkan dinyatakan batal dan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Juni 2024

Yang menyatakan,



Gladys Yauni Wijaya

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena kasih dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan lancar. Skripsi ini berisi tentang "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi (Studi Pada Supermarket Mirota Di Yogyakarta)" Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana (S1) manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak yang telah mendukung melalui doa, waktu, semangat dan ide yang diberikan kepada penulis. Maka pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mama dan Papa penulis yang selalu memberikan dukungan dan doa agar penulis selalu selalu kuat, semangat dan pantang menyerah.
2. Bu Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi yang memberikan arahan dan dukungan selama bimbingan.
3. Sahabat Penulis Salonika dan Jessica yang selalu menemani dan mendukung selama berkuliah.
4. Anak anak Suggies penulis yang selalu menemani dan menghibur penulis dalam mengerjakan skripsi selama di kos.
5. Teman teman sekelas bimbingan yang tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah bersama-sama saling mendukung selama bimbingan.
6. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat di sebutkan satu persatu, dan
7. Penulis yang telah bekerja keras demi menyelesaikan Studi Di Fakultas Bisnis Dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca hingga pihak Supermarket Mirota dan dapat dijadikan refensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya yang lebih baik

Yogyakarta, 24 Juni 2024

Penyusun,



Gladys Yauni Wijaya

## **MOTTO**

*“You must make haste.*

*If there is an obstacle in your path, you must plow through it.”*

Lady Danbury - Bridgerton

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
2.1.1 Kualitas Layanan.....	8
2.1.2 Citra Merek .....	9
2.1.3 Kepuasan Pelanggan .....	9
2.1.4 Loyalitas Pelanggan .....	10
<b>2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>10</b>
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>13</b>



<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....</b>	<b>20</b>
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>21</b>
<b>3.5 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>21</b>
<b>3.6 Pengukuran Variabel .....</b>	<b>21</b>
<b>3.7 Definisi Operasional .....</b>	<b>22</b>
<b>3.8 Face Validity .....</b>	<b>25</b>
<b>3.9 Metode Analisis Data .....</b>	<b>26</b>
3.9.1 <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .....	27
3.9.2 Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	27
3.9.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	29
3.9.4 Pengujian Hipotesis .....	30
3.9.5 Uji Mediasi .....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
<b>4.1 Analisis Profil Responden .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2 Hasil Analisis Data dengan menggunakan SmartPLS .....</b>	<b>34</b>
4.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	35
4.2.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	42
4.2.3 Pengujian Hipotesis .....	44
<b>4.3 Pembahasan Hipotesis .....</b>	<b>48</b>

4.3.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek .....	48
4.3.2	Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	49
4.3.3	Pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
4.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap kepuasan pelanggan .....	50
4.3.5	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan .....	50
4.3.6	Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	51
4.3.7	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Citra Merek sebagai Variabel mediasi.....	51
4.3.8	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek sebagai Variabel mediasi.....	52
4.3.9	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel mediasi.....	52
4.3.10	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel mediasi.....	53
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>54</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan .....</b>	<b>54</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial.....</b>	<b>55</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>5.4</b>	<b>Saran Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>		<b>58</b>
<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER.....</b>		<b>63</b>
<b>LAMPIRAN 2 HASIL OLAH DATA SMART PLS .....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN 3 DATA KUESIONER .....</b>		<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Outlet-outlet Supermarket Mirota .....	2
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	22
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	22
Tabel 3. 3 <i>Face Validity</i> .....	25
Tabel 4. 1 Demografi Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4. 2 Demografi Usia .....	33
Tabel 4. 3 Filter Pertanyaan.....	34
Tabel 4. 4 Hasil <i>Outer Loadings</i> .....	35
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loadings</i> Hitung Ulang.....	37
Tabel 4. 6 Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	39
Tabel 4. 7 Hasil Data <i>Cross Loading</i> .....	39
Tabel 4. 8 <i>Fornell-Lacker Criteriom</i> .....	41
Tabel 4. 9 <i>Composite Reliability</i> .....	41
Tabel 4. 10 <i>R-Square Adjusted</i> .....	42
Tabel 4. 11 <i>F-Square</i> .....	43
Tabel 4. 12 Pengaruh Langsung .....	44
Tabel 4. 13 Pengaruh Tidak Langsung .....	47

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Tampilan Supermarket Mirota Babarsari.....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 2.1 Model Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 3.1 Model Mediasi Sederhana.....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3. 2 Alur Analisis Pengelompokan Mediasi.....</b>	<b>31</b>
<b>Gambar 4. 1 <i>Model PLS</i>.....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 4. 2 <i>Model PLS</i> setelah Eliminasi Indikator .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 4. 3 Metode Pengujian <i>Boostrapping</i> .....</b>	<b>44</b>

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui Pengaruhh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi pada Supermarket Mirota Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner secara online sebanyak 189 responden, dan penelitian ini menggunakan pengujian model menggunakan *Struktural Equation Modeling (SEM)* dengan aplikasi *SmartPLS 3*.

Hasil penelitian ini mengkaji pengaruh Kualitas Layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Citra Merek. Kualitas Layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas Layanan tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Citra Merek mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Citra Merek tidak mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Citra Merek memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Citra Merek tidak memediasi pengaruh signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh positif dan signifikan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh positif dan signifikan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to analyze and determine the effect of Service Quality on Customer Loyalty with Brand Image and Customer Satisfaction as Mediation at Mirota Supermarket Yogyakarta. In this study using primary data by distributing questionnaires online as many as 189 respondents, and this study uses model testing using Structural Equation Modeling (SEM) with the SmartPLS 3 application.

The results of this study examine the effect of Service Quality has a positive and significant effect on Brand Image. Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Service Quality does not positively and significantly affect Customer Loyalty. Brand Image has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Brand Image does not have a positive and significant effect on Customer Loyalty. Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty. Brand Image mediates the effect of Service Quality on Customer Satisfaction. Brand Image does not mediate the significant effect of Service Quality on Customer Loyalty. Customer Satisfaction mediates the positive and significant effect of Service Quality on Customer Loyalty. Customer Satisfaction mediates the positive and significant effect of Brand Image on Customer Loyalty.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.