

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIATOR:  
STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN *CLOUD COMPUTING***

**FARADILLA**

**1705617130**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CORPORATE  
IMAGE TOWARD CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER  
SATISFACTION AS MEDIATOR:***

***CASE STUDY IN CLOUD COMPUTING COMPANY***

**FARADILLA**

**1705617130**



***This thesis is written as one of the requirements for getting a Bachelor Degree of  
Management on the Faculty of Economics, State University of Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF SI MANAGEMENT***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2020***

## ABSTRAK

**Faradilla. 2020. 1705617130.** Pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediator: studi kasus pada perusahaan *cloud computing*. Jakarta: Program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dra. Basra Saidani, M.Si dan Rahmi, S.E, M.S.M.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, 2) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen, 3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, 4) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediator, 5) Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai mediator.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini berjumlah 236 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, sampel penelitian ini adalah pelanggan cloudmatika yang menggunakan jasa *cloud* selama tiga bulan berturut-turut. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 24 dan analisis metode *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan AMOS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis dalam penelitian ini diterima.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

**Faradilla. 2020. 1705617130. *The influence of service quality and corporate image toward consumer loyalty with customer satisfaction as a mediator: a case study in cloud computing company. Jakarta: Study Program of SI Management, Faculty of Economics, Jakarta State University. Coaching Team: Dra. Basra Saidani, M.Sc and Rahmi, S.E, M.S.M.***

*The purpose of this reasearch are: 1) To determine the effect of service quality on customer loyalty, 2) To determine the effect of company image on customer loyalty, 3) To determine the effect of customer satisfaction on customer loyalty, 4) To determine the effect of service quality on customer loyalty with satisfaction consumers as mediators, 5) To determine the effect of company image on consumer loyalty with customer satisfaction as a mediator.*

*The method of data collection uses a survey method with an instrument in the form of a questionnaire. The object of this study amounted to 236 people using a sampling technique that is purposive sampling, the sample of this study is cloudmatika customers who use cloud services for three consecutive months. Data analysis in this study used SPSS version 24 and structural equation model (SEM) analysis using AMOS version 22. The results showed that all hypotheses in this study were accepted.*

**Keywords:** *Service Quality, Company Image, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd.  
NIP. 19720715 200112 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Usep Suhud, M.Si, Ph.D</u> NIP. 19700212 2008121 001	Ketua	 .....	13/2/20 .....
<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS.</u> NIP. 19840408 2019031 003	Sekretaris	 .....	13/2/20 .....
<u>Agung Kresnamurti RP, MM</u> NIP. 19740416 2006041 001	Penguji Ahli	 .....	13/2/20 .....
<u>Dra. Basrah Saidani M.Si.</u> NIP. 19630119 1992032 001	Pembimbing I	 .....	13/2/20 .....
<u>Rahmi S.E, M.S.M.</u> NIP. 19830501 2018032 001	Pembimbing II	 .....	13/2/20 .....

Tanggal Lulus: 20 Februari 2020  
.....

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana. Baik di Universitas Negeri Jakarta, maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan. Kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran. Maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Februari 2020



Faradilla

No. Reg. 1705617130



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faradilla  
NIM : 1705617130  
Fakultas/Prodi : Manajemen 51  
Alamat email : faradillaf.17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap  
Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediator :  
Studi Kasus pada Perusahaan Cloud Computing

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Februari 2020

Penulis

( Faradilla )  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Maha suci Allah SWT yang menganugerahkan kami hamba-hamba-Nya ilmu pengetahuan dan pemahaman atas segala yang Dia ciptakan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediator: Studi Kasus pada Perusahaan *Cloud Computing*.

Penulisan Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, mengingat segala keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis. Namun penulis berharap semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membaca.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dra Basrah Saidani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.
2. Rahmi, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.



3. Dr. Suherman, M.Si, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan waktu dan ilmunya yang sangat berharga.
6. Suami, Khansa, Zubair dan Orangtua tercinta yang selalu memberikan do'a, dukungan, serta dorongan baik materi dan moril yang tak terhingga.
7. Untuk teman-teman Alih Program Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2017, terimakasih sudah berjuang hingga akhir, terima kasih sudah membuktikan bahwa proses tidak akan mengkhianati hasil.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan balasan atas kebaikan semua pihak dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi semua pihak yang membacanya. Aamiin...

Walaikumsalam Wr.Wb.

Jakarta, Februari 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<i>COVER</i> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<i>ABSTRACT</i> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan.....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORETIK</b> .....	<b>8</b>
A. Deskripsi Konseptual .....	8
1. Loyalitas Pelanggan .....	8
2. Kepuasan Konsumen.....	11
3. Kualitas Pelayanan .....	15
4. Citra Perusahaan.....	18
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
C. Kerangka Pemikiran .....	27

D. Model Penelitian.....	28
E. Hipotesis Penelitian.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	30
B. Metode Penelitian.....	30
1. Teknik Pengumpulan Data.....	31
C. Populasi dan Sampling.....	32
D. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	33
E. Teknik Analisis Data.....	36
1. <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	36
2. Identifikasi Model.....	37
3. Uji Model Pengukuran.....	38
4. Uji Struktural Model.....	39
5. Kriteria <i>Godness of Fit</i> .....	40
6. Uji Hipotesis.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Deskripsi Data.....	44
B. Hasil Analisis.....	46
1. Analisis Deskriptif.....	46
2. <i>Exploratory Factor Analysis</i> .....	55
3. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	61
C. <i>Full Model SEM</i> .....	66
D. <i>Fit Model SEM</i> .....	68

E. Hasil Uji Hipotesis .....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>74</b>
A. Kesimpulan.....	74
B. Implikasi Praktis.....	75
C. Saran.....	76
1. Saran Teoretis.....	76
2. Saran Praktis.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

I.1	Data Konsumen di Cloudmatika Tahun 2016 .....	2
II.1	Hasil Penelitian yang Relevan .....	26
III.1	Ukuran Alternatif Jawaban Kuesioner.....	31
III.2	Operasionalisasi Variabel .....	33
III.3	Ringkasan Acuan Validitas.....	39
III.4	Kriteria <i>Goodness of Fit</i> (Gof) .....	40
IV.1	Jenis Kelamin.....	44
IV.2	Usia.....	45
IV.3	Pekerjaan.....	45
IV.4	Pendidikan .....	46
IV.5	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan .....	47
IV.6	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Citra Perusahaan .....	52
IV.7	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	53
IV.8	Nilai Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	54
IV.9	KMO dan <i>Barlett's Test</i> Kualitas Pelayanan.....	55
IV.10	Tabel <i>Factor Loading</i> Kualitas Pelayanan .....	55
IV.11	KMO dan <i>Barlett's Test</i> Citra Perusahaan .....	57
IV.12	Tabel <i>Factor Loading</i> Citra Perusahaan.....	58
IV.13	KMO dan <i>Barlett's Test</i> Kepuasan Konsumen .....	58
IV.14	Tabel <i>Factor Loading</i> Kepuasan Konsumen.....	59
IV.15	KMO dan <i>Barlett's Test</i> Loyalitas Konsumen .....	59
IV.16	Tabel <i>Factor Loading</i> Loyalitas Konsumen.....	60

IV.17	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
IV.18	<i>First Order Construct</i> Kualitas Pelayanan .....	61
IV.19	<i>First Order Construct</i> Citra Perusahaan.....	63
IV.20	<i>First Order Construct</i> Kepuasan Konsumen.....	64
IV.21	<i>First Order Construct</i> Loyalitas Konsumen.....	65
IV.22	<i>Full Model Goodness of Fit Indices</i> .....	67
IV.23	<i>Fit Model Goodness of Fit Indices</i> .....	69
IV.24	Indikator <i>Fit Model</i> .....	69
IV.25	<i>Standardized Regression Weight</i> .....	71
IV.26	<i>Indirect dan Standardized Indirect effect</i> .....	71
IV.27	<i>Standardized Regression Weight</i> .....	72
IV.28	<i>Indirect dan Standardized Indirect effect</i> .....	73
IV.29	<i>Standardized Regression Weight</i> .....	73

## DAFTAR GAMBAR

II.1	Kerangka Penelitian.....	28
IV.1	<i>Model First Order Construct</i> Kualitas Pelayanan.....	62
IV.2	<i>Model First Order Construct</i> Citra Perusahaan .....	63
IV.3	<i>Model First Order Construct</i> Kepuasan Konsumen .....	64
IV.4	<i>Model First Order Construct</i> Loyalitas Konsumen .....	65
IV.5	<i>Full Model</i> SEM.....	66
IV.6	<i>Fit Model</i> SEM.....	68