

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE SERVICE QUALITY AND BRAND
IMAGE TOWARD LOYALTY THROUGH SATISFACTION
AS MEDIATION VARIABLE***
(Study on Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah
Yogyakarta)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MARDIANA

20150410127

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN**

SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

**(Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE SERVICE QUALITY AND BRAND
IMAGE TOWARD LOYALTY THROUGH SATISFACTION***

AS MEDIATION VARIABLE

**(Study on Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

MARDIANA

20150410127

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)

*ANALYSIS OF THE INFLUENCE SERVICE QUALITY AND BRAND
IMAGE TOWARD LOYALTY THROUGH SATISFACTION
AS MEDIATION VARIABLE*

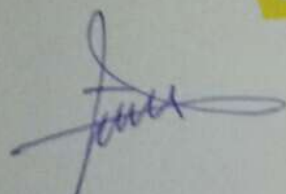
(Study on Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah
Yogyakarta)

Diajukan oleh

Mardiana

20150410127

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing



Sustrisno Wibowo., S.E., MM.

Nik: 19690801199303143030

Tanggal: 04 Maret 2019

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE SERVICE QUALITY AND BRAND
IMAGE TOWARD LOYALTY THROUGH SATISFACTION
AS MEDIATION VARIABLE**

**(Study on Faculty of Economic and Business, University of Muhammadiyah
Yogyakarta)**

Diajukan oleh

Mardiana

20150410127

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan Dewan Penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal

Yang terdiri dari

Dr. Indah Fatmawati, SE., M.Si

NIK: 19690816199303 143 029

Hasnah Rimiwati, SE., M.Si

NIK: 19632015198904 143 006

Sustrisno Wibowo, SE., MM

Nik: 1969080119930312303

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Rizal Yaya S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA

NIK. 19731218199914301

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mardiana

Nomor mahasiswa : 20150410127

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Analisis Pengaruh Kualitas layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 15 Maret 2019



MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (5) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (6)

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah
kesulitan itu ada kemudahan."*

(Asy Syarh ayat 5-6)

Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh ikhlas, Istiqomah
dalam menghadapi cobaan

“ YAKIN, IKHLAS, ISTIQOMAH ”

(TGKH. Muhammad Zainuddin Abdul Majid)

“sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu
sendiri yang mengubah apa-apa yang pada diri mereka”

(Surah Ar-Rad:11)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk

Kedua orangtuaku tercinta, ibunda Rahmatia dan ayahanda Umar

Untuk ketiga kakaku, alm. Rusli U, Marlina U, Mariana U, yang selalu senantiasa

memberikan dorongan dan perhatian

Seperjuanganku Nurhidaya Agus, Nun Maziyyah Mahsyar, Aisyah Daud yang

telah menyemangati, mengganggu dan memerhatikanku selama penyusunan

skripsi

Sahabatku Siti Komariah yang selalu ada disaat pusing-pusingnya mengerjakan

skripsi

Dan tak lupa juga buat adek maulia yang sudi meminjamkan laptop untukku

Alamamater tercintaku Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas layanan, Citra Merek Institusi, terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Variabel Kepuasan sebagai Mediasi. Dalam penelitian ini Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai Objek dan Subjeknya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah kuliah minimal semester 3 (tiga) tanpa cuti. Sampel berjumlah 150 responden yang tersebar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Alat analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dioperasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Citra merek institusi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kualitas layanan akademik berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, bahwa Citra merek institusi berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Terdapat hubungan positif antara Kepuasan Mahasiswa memediasi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Terdapat hubungan positif antara Kepuasan Mahasiswa memediasi Citra merek Institusi terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Citra Merek Institusi, Loyalitas Mahasiswa, Kepuasan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the effect of quality services, brand image towards loyalty through satisfaction variables as mediation. In this research, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta as an Object and students of faculty of economics and business studying at least three semester without leaving as an Subject. The sample is 150 respondents spread across the Faculty of Economics and Business. The analytical tool used is SEM (Structural Equation Modeling) which is operated through the AMOS program. As a result that Quality services influence the students satisfaction of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Institutional brand image influences the students satisfaction. Quality services influence students loyalty to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, the brand images influence Students loyalty of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Students satisfaction affect the students loyalty of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, There is positive relationship between Students Satisfaction Mediating Service Quality to Student Loyalty of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, There is positive relationship between Students Satisfaction Mediating Institutional Brand Image of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Students Loyalty.

Keywords: Quality Services, Brand Images, Students Loyalty, Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D. selaku ketua Program Studi Manajemen telah memberikan petunjuk, bimbingan, kemudahan, dan kesabaran yang luar biasa selama penulis menyelesaikan studi.
3. Bapak Sustrisno Wibowo., S.E., MM. Yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
4. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
5. Kedua orang Tuaku dan kakak-kakakku, terimakasih atas kesabaran, bantuan, doa serta semangat yang diberikan.
6. Nurhidaya seperjuanganku selama hampir 10 tahun, terimakasih selalu ada buatku.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baik yang telah dikerjakan. Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan yang ada, untuk itu saran dan kritik selalu penulis harapkan untuk kemajuan penulis di kemudian hari. Namun, penulis berharap semoga sumbangan pemikiran yang penulis sampaikan bisa bermanfaat bagi pembaca semua.

Yogyakarta, 15 Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Kualitas Layanan	10
2. Citra Merek (Institusi).....	12
3. Loyalitas Konsumen (Mahasiswa).....	13
4. Kepuasan pelanggan (Mahasiswa).....	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
C. Kerangka Pemikiran Dan Pengembangan Hipotesis.....	20
1. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan.....	20
2. Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan	21

3.	Hubungan Kualitas Layanan Dan Loyalitas	23
4.	Hubungan citra merek dan loyalitas.....	24
5.	Hubungan kepuasan dengan loyalitas	25
6.	Hubungan kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas.....	26
7.	Hubungan kepuasan memediasi citra merek terhadap loyalitas.....	28
D.	Model Penelitian	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN	31
A.	Subjek Dan Objek Penelitian	31
1.	Objek Penelitian.....	31
2.	Subjek Penelitian	31
B.	Jenis Data.....	31
C.	Teknik Pengambilan Sampel	32
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
E.	Defenisi Operasional Variabel Penelitian	33
F.	Uji Kualitas Instrumen.....	35
G.	Analisis Data Dan Uji Hipotesis	36
BAB IV	41
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	41
1.	Gambaran Objek Pnelitian	41
2.	Visi dan Misi Institusi.....	42
3.	Diskripsi Responden	43
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	45
C.	Statistik Deskriptif	47
D.	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	50
1.	Pengembangan Model Berdasarka Teori	50
2.	Menyusun Diagram Jalur.....	51
3.	Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural	51
4.	Memilih Jenis Input Matriks dan Estimasi	52
5.	Menilai Identifikasi Struktural	55
6.	Menilai Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	55
7.	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	57

E. Pengujian Hipotesis	57
1. Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan	58
2. Hubungan citra merek terhadap kepuasan	59
3. Hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas mahasiswa	59
4. Hubungan citra merek terhadap loyalitas mahasiswa	59
5. Hubungan kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa	60
6. Hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel mediasi	61
7. Hubungan citra merek terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai variabel mediasi	62
BAB V	64
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Keterbatasan Penelitian	65
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
Semester Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
Tabel 4.5 Interpretasi Kelas Interval	47
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	48
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Citra Merek.....	48
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan.....	49
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Outliers	54
Tabel 4.12 Computation of degrees of freedom (Default model).....	55
Tabel 4.13 Menilai goodness of fit	56
Tabel 4.14 Hubungan antar variabel	58
Tabel 4.15 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model).....	61
Tabel 4.16 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Diagram Jalur	51
Gambar 4.2 Persamaan Struktural	52
Gambar 4.3 Goodness of Fit	56

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Perguruan Tinggi Wilayah Indonesia.....	2
Grafik 1.2 Jumlah Perguruan Tinggi Wilayah Prop. D.I. Yogyakarta.....	5