

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KELUHAN
DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PELANGGAN ELLA
SKINCARE CABANG KUDUS)**



Diajukan Oleh:

IRMAVANI MEINAR

NIM. 2017-11-433

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2022

**PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, *LEVERAGE*, UKURAN
PERUSAHAAN DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN SUB SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus


Kudus,2022

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M
NIDN. 0628048702


Dr. Suprivono, S.E., M.M.
NIDN. 0614037104


Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II

Universitas Muria Kudus


Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304


Dina Lusianti, SE., MM., AAK
NIDN. 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Dan segala nikmat yang ada padamu datangnya dari Allah SWT”

(QS. An-Nahl: 53)

“Lebih baik menjadi orang benar, meski tidak pintar. Sebab membuat orang pintar menjadi benar membutuhkan kejernihan hati dan keluasaan jiwa”

(KH. Maimun Zubair)

PERSEMBAHAN :

Penulis mempersembahkan penelitian skripsi ini kepada orang-orang terdekat yang ada pada saat penulis menyelesaikan penelitian ini, diantaranya yaitu:

- 1. Allah SWT, atas ridho dan kasih sayang-Nya skripsi ini dapat selesai dengan lancar*
- 2. Ibu dan Bapak penulis, yang selalu mendoakan, memotivasi dan menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat dan tepat pada waktunya.*
- 3. Kakak-kakak penulis Sandi Febrian Susanti, Sang Aji Krisnawan.*
- 4. Sahabat Savira Eriska Mylasari, Winda Ayu Larasati.*
- 5. Dan semua teman kuliah penulis.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENANGANAN KELUHAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA PELANGGAN ELLA SKINCARE CABANG KUDUS)”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana di Universitas Muria Kudus.

Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Supriyono, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing I dan Nurul Rizka Arumsari, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukungku secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin.*

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 2021
Penulis,

Irmavani Meinar
NIM. 2017-11-433

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pelanggan Ella Skincare cabang Kudus)

Irmavani Meinar

NIM. 2017-11-433

Pembimbing : 1. Dr. Supriyono, SE, MM.
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, penanganan keluhan dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Ella Skincare Kudus. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada Ella Skincare Kudus. Untuk menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan pada Ella Skincare Kudus. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan pada Ella Skincare Kudus. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Ella Skincare Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah pelanggan yang berkunjung di Ella Skincare cabang Kudus yang berjumlah 150 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive random sampling*. Teknik mengambil data memakai metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Penanganan keluhan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

***The Influence of Service Quality, Complaints Handling and Corporate Image
on Customer Loyalty with Customers as Mediation Variables (Study on Ella
Skincare Customers, Kudus branch)***

Irmavani Meinar

NIM. 2017-11-433

Lecturer : 1. Dr. Supriyono, SE, MM.
2. Nurul Rizka Arumsari, SE, MM.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, complaint handling and corporate image on customer satisfaction at Ella Skincare Kudus. For the effect of service quality on customer loyalty at Ella Skincare Kudus. To analyze the effect of handling complaints on customers at Ella Skincare Kudus. To analyze the effect of corporate image on customer loyalty at Ella Skincare Kudus. For the effect of customer satisfaction on customer loyalty at Ella Skincare Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample is customers who visit Ella Skincare Kudus branch which collects 150 respondents and sampling using purposive random sampling. The technique of taking data is using a questionnaire. The data analysis technique used Structural Equation Modeling (SEM). The results showed that service quality had a positive effect on customer satisfaction. Complaint handling has a positive effect on customer satisfaction. Company image has no effect on customer satisfaction. Service quality has a positive effect on customer loyalty. Complaint handling has a positive effect on customer loyalty. Company image has a positive effect on customer loyalty. customers have a positive effect on customer loyalty. Service quality affects customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. Handling complaints affect customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. Company image has an effect on customer loyalty with customer satisfaction as a mediating variable.

Keywords: Service Quality, Complaint Handling, Company Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKS	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran	12
2.2 Pemasaran Jasa	12
2.3 Loyalitas Pelanggan	14
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	14
2. Indikator Loyalitas Pelanggan	16

	Halaman
2.4 Kepuasan Pelanggan	16
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	16
2. Indikator Kepuasan Pelanggan	18
2.5 Kualitas Layanan	18
1. Pengertian Kualitas Layanan	18
2. Indikator Kualitas Layanan.....	19
2.6 Penanganan Keluhan Pelanggan.....	21
1. Pengertian Penanganan Keluhan Pelanggan.....	21
2. Indikator Penanganan Keluhan Pelanggan.....	23
2.7 Citra Perusahaan.....	26
1. Pengertian Citra Perusahaan	26
2. Indikator Citra Perusahaan	28
2.8 Pengaruh Antar Variabel.....	29
2.8.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	
29	
2.8.2 Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	30
2.8.3 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	
30	
2.8.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	
31	
2.8.5 Pengaruh Penanganan Keluhan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	32
2.8.6 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	
33	
2.8.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	34

	Halaman
2.8.8 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi	35
2.8.9 Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi.....	36
2.8.10 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi	36
2.9 Penelitian Terdahulu	37
2.10 Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.11 Perumusan Hipotesis.....	44
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	45
3.2 Variabel Penelitian.....	46
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	50
3.5 Populasi dan Sampel	52
3.6 Pengumpulan Data.....	54
3.7 Pengolahan Data.....	55
3.8 Analisis Data	57
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Ella <i>Skincare</i>	63
4.1.1 Sejarah Perkembangan Ella <i>Skincare</i>	63
4.1.2 Visi dan Misi Ella <i>Skincare</i>	64
4.1.3 Struktur Organisasi dan <i>Job Deskriptor</i>	65
4.2. Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	69
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	70
4.3. Statistik Deskriptif.....	70
4.4. Analisis Data	76
4.5. Pembahasan.....	96
4.5.1 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan	96
4.5.2 Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Pelanggan	98
4.5.3 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	99
4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	100
4.5.5 Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan	102
4.5.6 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan	104
4.5.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	105
4.5.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi	107

4.5.9 Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Pelanggan
dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi
.....108

4.5.10 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan
dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi
.....110

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan..... 112

5.2. Saran 115

DAFTAR PUSTAKA

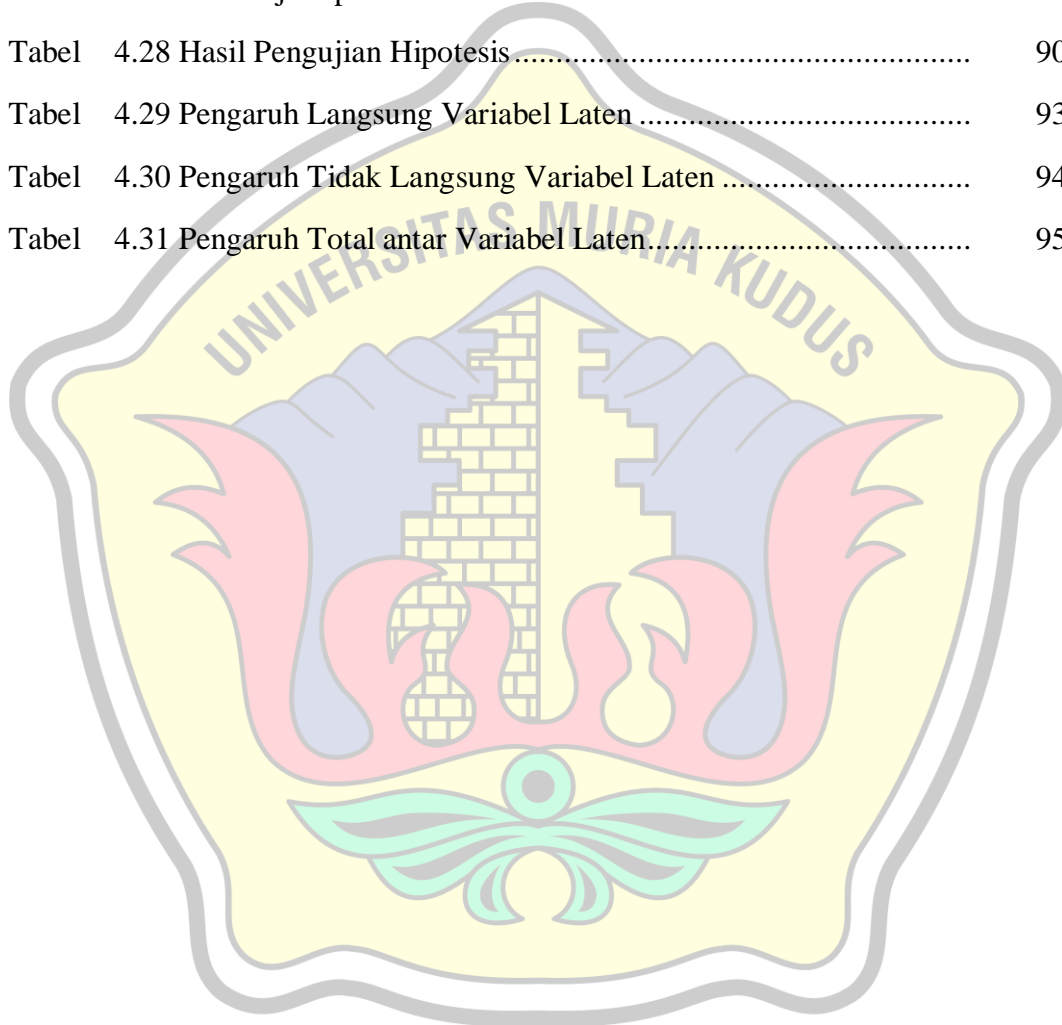
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Pelanggan Ella <i>Skincare</i> pada Tahun 2020	4
Tabel 3.1 Skala Likert	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	69
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian ...	70
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1)....	71
Tabel 4.7 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penanganan Keluhan (X2).	72
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Citra Perusahaan (X3)	73
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1) .	74
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2) ..	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Tahap I	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Tahap II	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan (X2) Tahap I	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan (X2) Tahap II	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X3) Tahap I....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan (X3) Tahap II ..	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y1)	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2) Tahap I	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y2) Tahap II	80
Tabel 4.20 Hasil Uji <i>Avarage Variance Extracted</i> (AVE)	82
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	83

Tabel 4.22 Uji <i>Construct Reliability</i>	84
Tabel 4.23 Uji Normalitas Data.....	85
Tabel 4.24 Hasil <i>Mahalanobis d-squared</i>	86
Tabel 4.25 Uji <i>Full Model Goodness Of Fit SEM</i>	87
Tabel 4.26 Hasil Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	84
Tabel 4.27 Hasil Uji Hipotesis	89
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Hipotesis.....	90
Tabel 4.29 Pengaruh Langsung Variabel Laten	93
Tabel 4.30 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	94
Tabel 4.31 Pengaruh Total antar Variabel Laten.....	95



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4.1 Logo Ella <i>Skincare</i>	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Ella <i>Skincare</i>	66
Gambar 4.3 Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	81
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Full Model Structural Equation Modelling</i> (SEM)...	87

