



**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDIPADA KONSUMEN TIKTOK SHOP DI KUDUS)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Disusun Oleh:

**RIFQI WILDAN BADRUS FAHMA**

**201811459**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2024**



**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER  
SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIKTOK SHOP DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang  
pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

oleh:

**RIFQI WILDAN BADRUS FAHMA**

**201811459**

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

**TAHUN 2024**

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER  
SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIKTOK SHOP DI KUDUS)**

Nama : Rifqi Wildan Badrus Fahma  
NIM : 201811459  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,.....2024

Pembimbing I

**(Dr. Dwi Soegiarto.,S.E.,M.M )**  
NIDN. 0620117103

Pembimbing II

**(Iwan Suroso.,S.E.,M.M. CFP)**  
NIDN. 0603067701

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

**(Noor Indah Rahmawati,S.E.,M.M)**  
NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN TIKTOK SHOP DI KUDUS)**

Nama : Rifqi Wildan Badrus Fahma  
NIM : 201811459  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus,.....2024

Mengetahui  
Ketua Program Studi

Pembimbing I

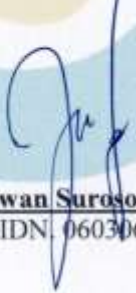
  
**(Noor Indah Rahmawati., S.E.,MM)**  
NIDN. 0024037701

  
**(Dr. Dwi Soegiarto.,S.E.,M.M)**  
NIDN. 0620117103

Mengetahui  
Dekan

Pembimbing II

  
  
**(Dr. Kertati Sumekar.,S.E.,M.M.)**  
NIDN.0616077304

  
**(Iwan Suroso.,S.E.,M.M. CFP)**  
NIDN. 0603067701

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO:**

Tidak ada kesuksesan melainkan dengan pertolongan Allah.

Q.S. Huud:88.

### **PERSEMBAHAN:**

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta saya:

1. Kedua orang tua yang sangat saya cintai, Bapak Asharul fahruda dan Ibu Jama'atun yang selalu berupaya dan berdoa untuk keberkahan dan keberhasilan hidup saya.
2. Adik yang sangat saya sayangi, Muhammad Arizal Rafli atas dukungannya selama ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi “Analisis Pengaruh *Service Quality* Dan *Brand Image* Terhadap *Customer Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen Tiktok Shop di Kudus)” sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Noor Indah Rahmawati, SE. MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Iwan Suroso, S.E., M.M.,CFP selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang sangat banyak

bagi penulis skripsi.

7. Kedua orang tua saya yang selalu berupaya memberikan segala sesuatu yang terbaik bagi masa depan saya.
8. Teman-teman dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu atas segala dukungan dan bantuan selama ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus, 2024

Penulis



Rifqi Wildan Badrus Fahma  
201811459



**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER  
SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDIPADA KONSUMEN TIKTOK SHOP DI KUDUS)**

RIFQI WILDAN BADRUS FAHMA

NIM. 201811459

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M  
2. Iwan Suroso, S.E., M.M.,CFP

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *service quality* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening (studi kasus pada konsumen Tiktok Shop di Kudus). Populasi pada penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya dengan sampel sebanyak 120 orang dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data menggunakan AMOS versi 24 dan pengambilan sampel menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *brand image* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *brand image* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* mampu memediasi pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*, dan *customer satisfaction* tidak mampu memediasi pengaruh *brand image* terhadap *customer loyalty*.

**Kata Kunci:** *service quality, brand image, customer loyalty, customer satisfaction.*



***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION  
AS AN INTERVENING VARIABLE  
(STUDY AT TIKTOK CONSUMER SHOP IN KUDUS)***

RIFQI WILDAN BADRUS FAHMA

NIM. 201811459

Dosen Pembimbing: 1. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M  
2. Iwan Suroso, S.E., M.M.,CFP

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

***ABSTRACTION***

*This study aims to examine the effect of service quality and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (a case study on Tiktok Shop consumers in Kudus). The population in the study is not known with certainty with a sample of 120 people using purposive sampling technique. Data analysis used AMOS version 24 and sampling used a questionnaire. The results showed that service quality has no effect on customer loyalty, service quality has no effect on customer satisfaction, brand image has no effect on customer satisfaction, brand image has no effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction is able to mediate the influence of service quality on customer loyalty, and customer satisfaction is not able to mediate the effect of brand image on customer loyalty.*

***Keywords:*** *service quality, brand image, customer loyalty, customer satisfaction.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian (Kegunaan).....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>Service Quality</i> .....	12
2.1.1 Pengertian <i>Service Quality</i> .....	12
2.1.2 Indikator <i>Service Quality</i> .....	13
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Service Quality</i> .....	14
2.2 <i>Brand Image</i> .....	15
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> .....	15
2.2.2 Indikator <i>Brand Image</i> .....	15
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i> .....	17
2.3 <i>Customer Loyalty</i> .....	18
2.3.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i> .....	18
2.3.2 Indikator <i>Customer Loyalty</i> .....	19

2.3.3	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i> .....	21
2.4	<i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.4.1	Pengertian <i>Customer Satisfaction</i> .....	22
2.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.4.3	Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	24
2.5	Penelitian Terdahulu .....	25
2.6	Pengaruh Antar Variabel .....	28
2.6.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.6.2	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.6.3	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	29
2.6.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	29
2.6.5	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	30
2.7	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
2.8	Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....		<b>33</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	33
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	33
3.2.1	Variabel Penelitian .....	33
3.2.2	Definisi Operasional Variabel .....	34
3.2.2.1	<i>Service Quality</i> .....	34
3.2.2.2	<i>Brand Image</i> .....	35
3.2.2.3	<i>Customer Loyalty</i> .....	36
3.2.2.4	<i>Customer Satisfaction</i> .....	37
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3.2	Jenis Data .....	38
3.3.3	Sumber Data .....	38
3.4	Populasi dan Sampel .....	39
3.4.2	Populasi .....	39
3.4.3	Sampel .....	39
3.5	Pengumpulan Data .....	39
3.6	Uji Instrumen .....	40

3.6.2 Uji Validitas.....	40
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	40
3.7 Pengolahan Data .....	41
3.8 Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.2 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2.2 Gambaran Umum Konsumen Tiktok Shop .....	46
4.2.3 Deskripsi Responden .....	46
4.2.4 Gambaran Umum Populasi Penelitian.....	47
4.2.5 Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian.....	47
4.3 Analisis Data.....	49
4.3.1 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen.....	49
4.3.1.1 Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen .....	50
4.3.1.2 Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen .....	52
4.3.2 Uji Normalitas .....	54
4.3.3 Uji Outlier.....	55
4.3.4 Analisis Validitas Konstruk Full Model.....	56
4.3.5 Analisis Konfirmatori Full Model .....	57
4.4 Analisis Square Multiple Correlations.....	59
4.5 Uji Hipotesis .....	59
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	61
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	61
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	61
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 .....	61
4.5.5 Pengujian Hipotesis 5 .....	62
4.6 Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung .....	62
4.6.1 Analisis Pengaruh Langsung .....	62
4.6.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung.....	63
4.7 Pembahasan .....	63
4.7.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	63
4.7.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	64

4.7.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction .....	64
4.7.4 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty .....	65
4.7.5 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Loyalty.....	65
4.7.6 Pengaruh Customer Satisfaction dalam memediasi pengaruh Service Quality terhadap Customer Loyalty .....	66
4.7.7 Pengaruh Customer Satisfaction dalam memediasi pengaruh Brand Image terhadap Customer Loyalty.....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3 . 1 Indeks <i>Goodness of fit</i> .....	45
Tabel 4. 1 Data Responden .....	46
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden pada <i>service quality</i> ( $X_1$ ) .....	47
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden pada <i>brand image</i> ( $X_2$ ).....	48
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada <i>customer loyalty</i> (Y).....	48
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada <i>customer satisfaction</i> (Z).....	49
Tabel 4.6 Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen.....	51
Tabel 4.7 Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen .....	53
Tabel. 4. 8 Uji Normalitas Data .....	54
Tabel. 4. 9 Mahalanobis d-squared .....	55
<i>Tabel. 4. 10 Hasil Pengujian Construct Reliability Dan Variance Extracted</i> .....	56
Tabel. 4. 11 Uji Model Goodness of Fit Model Full SEM.....	58
Tabel. 4. 13 Tabel <i>Regression Weights</i> .....	60
Tabel. 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis .....	60
Tabel. 4. 15 Tabel Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i> .....	62
Tabel. 4. 16 Tabel Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> .....	63

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.1 Data Penetrasi Pengguna Internet 2022-2023 Sumber: Indonesiabaik.id.....	4
Gambar 1.2 Data Penggunaan Media Sosial 2020-2022 Sumber: Databoks.id 2023 .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
Gambar 4.1 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen.....	50
Gambar 4.2 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan .....	51
Gambar 4.3 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen.....	52
Gambar 4.4 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen Setelah Perbaikan .....	53
Gambar 4.5 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....	73
LAMPIRAN 2 DATA HASIL KURSIONER RESPONDEN.....	81
LAMPIRAN 3 FREKUENSI DATA.....	88
LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	92
LAMPIRAN 5 HASIL ANALISIS SEM AMOS .....	94
LAMPIRAN 6 DOKUMENTASI .....	98
LAMPIRAN 7 TURNITIN.....	101