

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *BRAND IMAGE* PADA KONSUMEN HYPERMART DI
TANGERANG SELATAN**



SKRIPSI

Muhammad Farrel Dievo Algadi

0000061441

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *BRAND IMAGE* PADA KONSUMEN HYPERMART DI TANGERANG SELATAN



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Muhammad Farrel Dievo Algadi

0000061441

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Farrel

Dievo Algadi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061441

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart Di Tangerang Selatan

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Juni 2025



(Muhammad Farrel Dievo Algadi)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

**Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan
Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart Di
Tangerang Selatan**

Oleh

Nama : Muhammad Farrel Dievo Algadi
NIM : 00000061441
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 6 Juni 2025

Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par
NIDN: 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan
Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart Di
Tangerang Selatan**

Oleh

Nama : Muhammad Farrel Dievo Algadi
NIM : 00000061441
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 09.30 s.d 11.00 dan dinyatakan

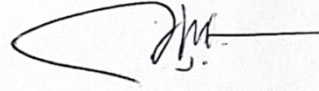
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang 24/06/25


Angelina Theodora Ratna
Primantina, S.E., M.M.
NIDN: 0313097403

Penguji

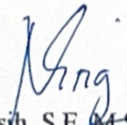


Dr. Ir. Y. Budi Susanto, M.M.
NIDN: 0301056103

Pembimbing


Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par
NIDN: 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E, M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Farrel Dievo Algadi
NIM : 00000061441
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction
Dan Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart Di Tangerang Selatan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 4 Juni 2025

(Muhammad Farrel Dievo Algadi)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya karya ilmiah berjudul **“Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Melalui Brand Image Pada Konsumen Hypermart di Tangerang Selatan”** sebagai syarat meraih gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par, selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Saudari Azahra Ayu Nabila yang selalu membantu memberikan motivasi, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada Saudara Muhammad Cahya Firdhaus, Iffah Ikhwatul, Nabila Hadie dan Monica Priscilia, yang telah berjuang bersama-sama dengan penulis sedari semester 1 perkuliahan.
8. Kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi Kuesioner penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan bagi para pembaca

Tangerang, 4 Juni 2025

(Muhammad Farrel Dievo Algadi)

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *BRAND IMAGE* PADA KONSUMEN HYPERMART DI TANGERANG SELATAN

(Muhammad Farrel Dievo Algadi)

ABSTRAK

Industri ritel modern di Indonesia mengalami persaingan yang semakin ketat seiring meningkatnya dominasi minimarket dan e-commerce. Hypermart sebagai salah satu pemain utama menghadapi tantangan untuk mempertahankan pelanggan di tengah tren belanja yang semakin mengutamakan efisiensi dan kenyamanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan brand image sebagai variabel mediasi pada konsumen Hypermart di Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 185 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan SEM-PLS menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand image dan kepuasan pelanggan, namun tidak secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas. Brand image berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan penguatan brand image dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di sektor ritel hypermarket.

Kata kunci: Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Hypermart.

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER*
SATISFACTION DAN *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI
BRAND IMAGE PADA KONSUMEN HYPERMART DI
TANGERANG SELATAN**

(Muhammad Farrel Dievo Algadi)

ABSTRACT (English)

The modern retail industry in Indonesia is facing increasingly intense competition due to the rapid growth of minimarkets and e-commerce platforms. As one of the major players, Hypermart is challenged to retain its customers amid the shift towards convenience-driven shopping behavior. This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction and loyalty with brand image as a mediating variable among Hypermart consumers in South Tangerang. This research uses a quantitative approach with survey methods by distributing questionnaires to 185 respondents. Data were analyzed using SEM-PLS with the SmartPLS software. The results show that service quality has a positive and significant effect on brand image and customer satisfaction, but does not directly affect loyalty. Brand image positively influences both customer satisfaction and loyalty. Additionally, customer satisfaction significantly contributes to customer loyalty. These findings highlight the importance of improving service quality and strengthening brand image to retain customer loyalty in the hypermarket retail sector.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT (English)</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Batasan Penelitian.....	15
1.6 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Tinjauan Teori	17
2.1.1 <i>Grand Theory (SERVEQUAL)</i>	17
2.1.2 <i>Service Quality</i>	19
2.2 Model Penelitian	27
2.3 Hipotesis.....	27
2.4 Penelitian Terdahulu	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35

3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5	Operasionalisasi Variabel	38
3.6	Teknik Analisis Data	40
3.6.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.6.2	Analisis Data Penelitian	40
3.7	Uji Hipotesis	41
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Karakteristik Responden	44
4.2	Analisis Statistik	44
4.3	Uji Hipotesis	51
4.4	Pembahasan	66
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1	Simpulan	75
5.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		83



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Pembangunan Manusia di Banten 2023-2024	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Scoring pada Skala Likert	38
Tabel 3.2 Operasional Variabel	38
Tabel 3.3 Rule Of Thumb Outer Model	42
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	46
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden	47
Tabel 4.4 Karakteristik Domisili Responden	49
Tabel 4.5 Karakteristik Penghasilan Responden	50
Tabel 4.6 Hasil Pre Test Uji Validitas Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.7 Hasil Pre Test Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif	53
Tabel 4.9 Hasil Data Nilai Outer Loading	55
Tabel 4.10 Hasil Data Nilai Cross Loading	57
Tabel 4.11 Hasil Data Nilai Composite Reliability	58
Tabel 4.12 Hasil Data Nilai Cronbach's Alpha	59
Tabel 4.13 Hasil Data Nilai R-Square	60
Tabel 4.14 Hasil Data Nilai F-Square	60
Tabel 4.15 Hasil Data Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Ritel di Indonesia	1
Gambar 1.2 Tempat Pilihan Belanja Masyarakat Indonesia	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	27
Gambar 3.1 Logo Hypermart	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Uji Turnitin	83
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi Prodi Manajemen.....	100
Lampiran C Jurnal Utama.....	102
Lampiran D Hasil Pengujian Pre Test	112
Lampiran F Hasil Pengujian Data Utama.....	115
Lampiran G Google Form Kuisisioner Penelitian	119

