

**TUGAS AKHIR**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
*CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
PELANGGAN ZARA DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
Guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

**Oleh :**

**NAMA : SRI NURHASANAH**

**NPM : 01120150087 /00000027151**



**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN  
BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
SURABAYA  
2018**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Sri Nurhasanah

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120150087 / 00000027151

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP BRAND LOYALTY PELANGGAN ZARA DI SURABAYA”** adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku – buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian – bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 18 September 2018

Yang membuat pernyataan





**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER***  
***SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PELANGGAN ZARA DI**  
**SURABAYA**

Oleh :

**Nama : Sri Nurhasanah**  
**NPM : 01120150087 / 00000027151**  
**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 18 September 2018

Menyetujui:

**Pembimbing Utama**

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M

**Ketua Jurusan Manajemen**

Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M

**Co-Pembimbing/Supervisor**

Dr. Ronald S.T., M.M.

**Executive Director**

Dr. Ronald S.T., M.M.



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

---

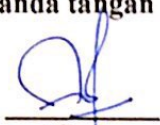
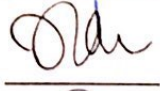

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

Pada hari Selasa tanggal 18 September 2018 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya

Atas nama :

**Nama** : Sri Nurhasanah  
**NPM** : 01120150087 / 00000027151  
**Jurusan** : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PELANGGAN ZARA DI SURABAYA**" oleh tim pengujian yang terdiri dari :

<b>Dewan Penguji :</b>	<b>Status</b>	<b>Tanda tangan</b>
Dr. Amelia S.E., RFP-I., M.M.	sebagai Ketua/ Pembimbing	
Dr. Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Dosen Penguji	
Hananiel Menoverdi G, BA, M.BA	sebagai Dosen Penguji	



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

---

**IDENTITAS TIM PENGUJI**

Judul Proposal Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI *CUSTOMER SATISFACTION*  
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PELANGGAN  
ZARA DI SURABAYA

Nama Mahasiswa : Sri Nurhasanah  
NPM : 01120150087/00000027151  
Jurusan : Manajemen  
Peminatan : Kewirausahaan

**TIM PEMBIMBING**

Pembimbing 1 : Dr. Amelia SE, RFP-I, MM.  
Pembimbing 2 : Dr. Ronald, ST, MM.

**TIM PENGUJI**

Ketua Tim Penguji : Dr. Amelia SE, RFP-I, MM  
Sekretaris : Hananiel Menoverdi G, BA, M.BA  
Anggota : Dr. Oliandes Sondakh, SE, MM.

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat yang kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu strata satu sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan rasa kerendahan hati penulis mengharapkan kritik, saran dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk memperbaiki penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terimakasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terimakasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Ibu Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku pembimbing akademik dan sebagai dosen terbaik yang selalu mengingatkan saya ketika saya lupa untuk melakukan penelitian ini. Ibu Amelia juga banyak membantu dalam hal perkuliahan selamasaya di UPHS, serta sebagai pembimbing pertama saya yang telah memberikan nasehat dan dorongan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Dr.Ronald S.T., M.M selaku Wakil Rektor I, Dekan Fakultas Ekonomi dan dosen pembimbing kedua yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.
3. Orang tua penulis, Ibu dan kakak yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini tepat waktu.
4. Teman seperjuanganku (Padma, Oktafani, Fenny, Winda) selalu bersama memberikan dukungan hingga di akhir pengumpulan dan memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu memberikan waktu, tenaga, pikiran dalam membantu penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, saudara, dan teman-teman semua. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya 3 Agustus 2018

Sri Nurhasanah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR... </b>	<b>iii</b>
<b>IDENTITAS TIM PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Batasan Penelitian.....	6
1.3 Rumusan masalah.....	6
1.4 Fokus Penelitian.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.6.2Manfaat Praktis.....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 LandasanTeori.....	10
2.1.1 <i>Product Quality</i> .....	10
2.1.1 Definisi <i>Product Quality</i> .....	10
2.1.2 <i>Service Quality</i> .....	11
2.1.2.1 Definisi <i>Service Quality</i> .....	11
2.1.3 <i>Ideal Self Congruence</i> .....	14
2.1.3.1 Definisi <i>Ideal Self Congruence</i> .....	14
2.1.4 Brand Identification.....	15



2.1.4.1 Definisi Brand Identification.....	15
2.1.5 Lifestyle Congruence.....	16
2.1.5.1 Definisi Lifestyle Congruence.....	16
2.1.6 Customer Satisfaction.....	18
2.1.6.1 Definisi Customer Satisfaction .....	18
2.1.7 Brand Loyalty.....	23
2.1.7.1 Definisi Brand Loyalty.....	23
2.2 PenelitianTerdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.3.1. Hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan.....	26
2.3.2 Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.....	26
2.3.3 Hubungan antara loyalitas merek dan kepuasan pelanggan.....	27
2.3.4 Hubungan antara merek identitas dan kepuasan pelanggan.....	27
2.3.5 Hubungan gaya hidup harmoni dan kepuasan pelanggan.....	27
2.3.6 Hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.....	28
2.4 Model Penelitian.....	29
2.5 BaganAlurBerpikir.....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis penelitian.....	32
3.1.1 Jenis Penelitian.....	32
3.1.2 Jenis Data.....	32
3.2 Populasidan Sample.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sample.....	32
3.3 MetodePengumpulan Data.....	33
3.4 DefinisiOperasionaldanPengukuran Variable.....	35
3.5 MetodeAnalisis Data.....	38
3.5.1 Pengolahan Data.....	38
3.5.2 PengujianHipotesis.....	38
3.5.2.1 Uji Validitas.....	38
3.5.2.2 Uji Reabilitas.....	39

3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.4 Analisis Linier Regresi Berganda (Multiple Regression).....	41
3.5.2.5 Koefisien Korelasi (R).....	42
3.5.2.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	42
3.5.2.7 Uji F .....	43
3.5.2.8 Uji T .....	43
<b>BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran umum Zara.....	44
4.2 Analisis Data.....	44
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	44
4.2.1.1 Karakteristik Responden.....	44
4.2.1.2 Tanggapan Responden .....	47
4.2.1.3 Analisis Deskriptif Variabel.....	55
4.2.2 Uji Validitas .....	63
4.2.3 Uji Reabilitas.....	66
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik Regresi.....	66
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	66
4.2.4.2 Uji Multikolienaritas.....	69
4.2.4.3 Uji Heterosdasitas.....	69
4.2.4.4 Uji Linearitas.....	72
4.3 Metode Analisis Statistik.....	72
4.3.1 Analisis Regresi.....	72
4.3.1.1 Analisis Regresi Berganda.....	73
4.3.1.2 Analisis Regresi Sederhana.....	75
4.3.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	76
4.3.3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
4.4 Metode Pengujian Hipotesis.....	77
4.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	77
4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t).....	78
4.5 Pembahasan.....	81

<b>BAB V KONKLUSI , IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>93</b>
5.1 Simpulan.....	93
5.1.1 Simpulan Atas Analisis.....	93
5.1.1.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> Berpengaruh Signifikan Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada pelanggan Zara di Surabaya.....	93
5.1.1.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	94
5.1.1.3 Pengaruh <i>Ideal Self Congruence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	94
5.1.1.4 Pengaruh <i>Identification</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	95
5.1.1.5 Pengaruh <i>Lifestyele Congruence</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	95
5.1.1.6 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	95
5.1.2 Simpulan atas Masalah Penelitian .....	96
5.2 Implikasi.....	97
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	97
5.2.2 Implikasi Managerial.....	99
5.3 Rekomendasi .....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xiv</b>