

Konsentrasi/Bidang Minat:  
Pemasaran

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT QUALITY*, TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN *LAPTOP TOSHIBA* DI SURABAYA**

**Skripsi S-1**



OLEH:  
NANDA KURNIAWAN KRISTANTO  
3103012045

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2016**

**PENGARUH *BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN LAPTOP TOSHIBA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

NANDA KURNIAWAN KRISTANTO

3103012045

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2016**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *COUNTRY OF ORIGIN*, *PRODUCT QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN LAPTOP TOSHIBA DI SURABAYA**

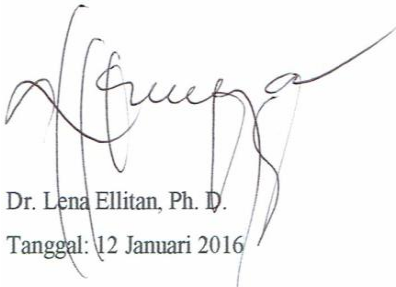
OLEH:

NANDA KURNIAWAN KRISTANTO

3103012045

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

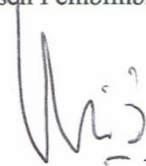
Dosen Pembimbing I,



Dr. Lena Ellitan, Ph. D.

Tanggal: 12 Januari 2016

Dosen Pembimbing II,



Maria Mia Kristanti, SE., MM.

Tanggal: 12 Januari 2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Kurniawan Kristanto

NRP : 3103012045

Judul Skripsi : *PENGARUH BRAND IMAGE, COUNTRY OF ORIGIN, PRODUCT QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY PADA PELANGGAN LAPTOP TOSHIBA DI SURABAYA*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah *ASLI* karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2016

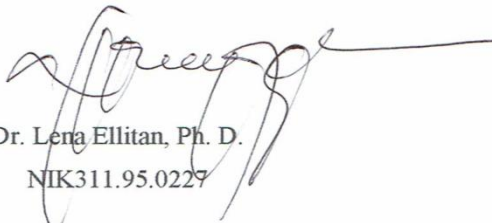


Nanda Kurniawan Kristanto

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Nanda Kurniawan Kristanto, NRP. 3103012045.  
Telah diuji pada tanggal 30 Januari 2016 dan dinyatakan lulus oleh  
Tim Penguji.


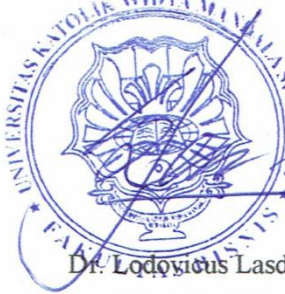
Ketua Tim Penguji:



Dr. Lena Ellitan, Ph. D.  
NIK311.95.0227


Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM  
NIK.321.96.03.70

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.  
NIK. 311.99.0369

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala rahmat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Manajemen. Selain itu, melalui skripsi ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan terutama kepada para pelaku industri teknologi informasi dalam meningkatkan fungsi manajemen pemasarannya.

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari usaha, bimbingan, saran, kritik, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Lena Ellitan, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan banyak dukungan dan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan sangat baik.

4. Ibu Maria Mia Kristanti, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak dukungan, waktu, dan arahan dalam bimbingan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bimbingan selama proses perkuliahan dan kelancaran penulisan skripsi.
6. Kedua orang tua tercinta, saudara-saudara tersayang, serta kekasih yang telah memberikan banyak perhatian, doa, dan dukungan baik *secara* materi dan moril dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan penuh.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis akan menerima dengan baik segala saran dan kritik yang diberikan. Semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Surabaya, 15 Januari, 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian Akademis .....	8
1.5. Sistematika Penelitian Skripsi.....	9
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
2.2. Landasan Teori .....	12



2.2.1. <i>Brand Image</i> .....	12
2.2.2. <i>Country Of Origin</i> .....	13
2.2.3. <i>Product Quality</i> .....	15
2.2.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	18
2.2.2. <i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1. Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	23
2.3.2. Hubungan <i>Country Of Origin</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	24
2.3.3. Hubungan <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	24
2.3.4. Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	25
2.4. Model Konseptual.....	26
2.5. Hipotesis .....	27

### **BAB 3. METODE PENELITIAN**

3.1. Desain Penelitian .....	28
3.2. Identifikasi Variabel .....	28
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	33
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	33
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	35
3.9. Teknik Analisis Data .....	35
3.9.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35

3.9.2. Teknik Analisis Data.....	36
3.9.3. Uji Hipotesis .....	42
 <b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Karakteristik Responden.....	43
4.2. Statistik Deskriptif Variabel-Variabel Penelitian.....	44
4.3. Uji Asumsi SEM.....	49
4.3.1. Uji Normalitas Data.....	49
4.3.2. Uji Validitas .....	51
4.3.3. Uji Reliabilitas .....	53
4.3.4. Uji Kecocokan Keseluruhan Model (Overall Model Fit).....	54
4.3.5. Persamaan Struktural .....	56
4.3.6. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	58
4.4. Pembahasan .....	60
4.4.1. <i>Brand Image</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Produk Laptop Toshiba di Surabaya .....	60
4.4.2. <i>Country Of Origin</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Produk Laptop Toshiba di Surabaya .....	61
4.4.3. <i>Product Quality</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Produk Laptop Toshiba di Surabaya .....	62
4.4.4. <i>Customer Satisfaction</i> Berpengaruh Positif Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Produk Laptop Toshiba di Surabaya .....	62
 <b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran .....	65

5.2.1. Saran Akademis.....	65
5.2.2. Saran Praktis.....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Pertumbuhan Penjualan PC dan Laptop .....	1
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1. Ikhtisar Goodness of Fit .....	41
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	43
Tabel 4.2. Interval Rata-Rata Score .....	44
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Brand Image (X1) .....	45
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Country Of Origin (X2) .....	46
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Product Quality (X3).....	47
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Customer Satisfaction (Y1).....	47
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Customer Loyalty (Y2) .....	49
Tabel 4.8. Test of <i>Univariate</i> .....	50
Tabel 4.9. Test of <i>Multivariate</i> .....	51
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.12. Hasil Uji Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	56
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis Penelitian .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Penelitian .....	26
Gambar 4.1 : Path Diagram T-values.....	53
Gambar 4.2 : Path Diagram Standardized Solution .....	54
Gambar 4.3 : Path Diagram Structural Equation .....	57
Gambar 4.4 : Path Diagram Estimates .....	58
Gambar 4.5 : Path Diagram T-values.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Statistik Deskriptif Variabel
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas dan Uji Kecocokan Keseluruhan Model
- Lampiran 7. Uji SEM

## ***Analisis Pengaruh Brand Image, Country Of Origin, Product Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty***

### **ABSTRAK**

Perkembangan ilmu teknologi dan informasi semakin maju dengan pesat. Hampir semua orang yang berada di negara maju maupun negara berkembang memiliki teknologi yang digunakan untuk memudahkan segala pekerjaan manusia untuk mendapatkan informasi. Informasi yang didapatkan juga beragam, dari informasi mengenai pengetahuan umum hingga informasi mengenai pendidikan. Teknologi memiliki banyak keunggulan dan memberikan kemudahan yang ditawarkan sehingga membantu semua orang dari anak-anak, remaja, orang dewasa, hingga orang tua untuk dipermudahkannya segala pekerjaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *brand image*, *country of origin*, *product quality* terhadap *customer satisfaction* yang kemudian dapat memicu terciptanya *customer loyalty* pada pelanggan laptop Toshiba di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive random sampling dengan sampel sebanyak 150 responden di Surabaya. Data diperoleh dari kuesioner yang kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode analisis *structural equation modeling* untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian melalui program LISREL 8.70.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *country of origin* dan *product quality* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan Laptop Toshiba di Surabaya. Kemudian dari *Satisfaction* yang dirasakan tersebut, terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap terciptanya *customer loyalty* Laptop Toshiba di Surabaya.

**Kata Kunci:** *Brand Image; Country Of Origin; Product Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.*

***Analysis of Effect of Brand Image, Country Of Origin, Product Quality  
Of Customer Satisfaction and Customer Loyalty***

**ABSTRACT**

*The development of science and information technology is advancing by leaps and bounds. Almost all people who are in developed countries and developing countries have the technology that is used to facilitate all human work to get information. The information obtained also vary, from information on the general knowledge to information about education. Technology has many advantages and provides convenience offered to help everyone from children, teenagers, adults, to parents for dipermudahkan all his work.*

*This study aims to determine the effect of brand image, country of origin, product quality to customer satisfaction which can then trigger the creation of customer loyalty on a Toshiba notebook customers in Surabaya. This research was done by using purposive random sampling with a sample of 150 respondents in Surabaya. Data obtained from a questionnaire which is then processed and analyzed using the methods of structural equation modeling analysis to determine the effect between the variables through LISREL 8.70 program.*

*Results of the research showed that the brand image, country of origin and product quality to provide a significant impact on perceived customer satisfaction Toshiba notebook in Surabaya. Then from the perceived Satisfaction, proved to have a significant influence on the creation of customer loyalty in Surabaya Toshiba notebook.*

***Keywords: Brand Image; Country Of Origin; Product Quality; Customer Satisfaction; Customer Loyalty.***