

PENGARUH SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE DAN PRICE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI ENGLISH FIRST FOR ADULTS SURABAYA

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Mencapai Gelar Ekonomi
Jurusan Manajemen**



OLEH :

ANGELLYCA ARIANANDA IRIANTO
NPM : 15116011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**



PENGARUH SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI ENGLISH FIRST FOR ADULTS SURABAYA

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Mencapai Gelar Ekonomi
Jurusan Manajemen**



OLEH :

ANGELLYCA ARIANANDA IRIANTO
NPM : 15116011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2019**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Angellyca Ariananda Irianto
NPM : 15116011
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality, Brand Image* dan *Price*
Terhadap *Customer Satisfaction* di *English First for Adults*
Surabaya

Pembimbing,

Tanggal : 30 Juli 2019



Drs. Bruno Hami, M.M

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen

Tanggal : 30 Juli 2019



Lilik Indrawati, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh **Angellyca Ariananda Irianto** dengan **NPM. 15116011**

Telah diuji pada **30 Juli 2019**

dinyatakan **LULUS** oleh:



Ketua Tim Penguji:





(V. Ratna Inggawati, S.E., M.M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Thyophoida WSP, SE, MM

Ka. Program Studi Manajemen



Lilik Andrawati, SE, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi "*Pengaruh Service Quality, Brand Image dan Price Terhadap Customer Satisfaction di English First for Adults Surabaya*"

Telah diuji dan dipertahankan didepan
Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Jurusan Manajemen

Pada hari Senin, Tanggal 30 Juli 2019

Disusun oleh:

Nama : Angellyca Ariananda Irianto

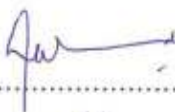
NPM : 15116011

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji :

1. V. Ratna Inggawati, SE, MM (Ketua)



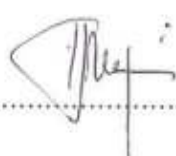
.....

2. Lilik Indrawati, S.E., M.M (Anggota)



.....

3. Drs. Bruno Hami, M.M (Anggota)



.....

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Angellyca Ariananda Irianto
NPM : 15116011
Program Studi : Strata Satu (S1)
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
Tempat/Tgl. Lahir : Surabaya/16 Mei 1996
Alamat : Gubeng Kertajaya 6C/54 Surabaya
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality*, *Brand Image* dan *Price*
Terhadap *Customer Satisfaction* di *English First for Adults* Surabaya

1. Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah sendiri bukan plagiat dan atau karya orang lain.
2. Memperbolehkan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika untuk mempublikasi seluruh/sebagian dari isi skripsi ini ke media publikasi.

Dengan mencantumkan nama peneliti serta dosen pendamping.

Demikian isi surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila dikemudian hari ada permasalahan terhadap karya ilmiah ini, maka saya siap bertanggungjawab sesuai dengan hukum yang berlaku.

Surabaya, 07 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



(Angellyca Ariananda Irianto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul : “PENGARUH SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE, DAN PRICE TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DI ENGLISH FIRST FOR ADULTS SURABAYA”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana manajemen (S.M) program strata satu (S-1), Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Y. Budi Hermanto, M.M selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika.
2. Thyophoida W. S. Panjaitan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika serta selaku dosen wali yang banyak membantu dalam perwalian setiap semester.
3. Lilik Indrawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika.
4. Drs. Bruno Hami Pahar, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.





5. Cahaya Roni Asi Samosir yang senantiasa menemani, memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
6. Keluarga dan para sahabat tercinta yang senantiasa memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Surabaya, 07 Agustus 2019

Angellyca Ariananda Irianto

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRAC.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Service Quality.....	7
2.1.1.1 Pengertian Quality.....	7
2.1.1.2 Pengertian Service.....	7
2.1.1.3 Pengertian Service Quality.....	8
2.1.1.4 Hal Yang Perlu Diperhatikan Dalam Service Quality.....	9
2.1.1.5 Pentingnya Service Quality.....	9
2.1.1.6 Startegi Meningkatkan Service Quality.....	9
2.1.1.7 Dimensi Service Quality.....	11
2.1.2 Brand Image	12
2.1.2.1 Pengertian Brand Image.....	12





2.1.2.2 Manfaat Brand Image.....	13
2.1.2.3 Pengukuran Brand Image.....	15
2.1.3 Price.....	15
2.1.3.1 Pengertian Price.....	15
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Price.....	17
2.1.3.3 Metode Penetapan Price.....	18
2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Price.....	19
2.1.3.5 Indikator Price.....	20
2.1.4 Customer Satisfaction.....	21
2.1.4.1 Pengertian Customer Satisfaction.....	21
2.1.4.2 Manfaat Customer Satisfaction.....	22
2.1.4.3 Elemen Customer <i>Satisfaction</i>	23
2.1.4.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Customer Satisfaction.....	24
2.1.4.5 Pengukuran Customer Satisfaction.....	25
2.1.4.6 Unsur – Unsur Survei <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.1.4.7 Indikator Customer Satisfaction.....	27
2.1.5 Pengaruh Antar Variabel.....	27
2.1.5.1 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction.....	27
2.1.5.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Satisfaction.....	28
2.1.5.3 Pengaruh Price Terhadap Customer Satisfaction.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Rerangka Pemikiran.....	33
2.4 Kerangka Konseptual.....	34
2.5 Hipotesis.....	34



BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Obyek Penelitian.....	36
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	36
3.2.1 Pendekatan Penelitian.....	36
3.2.2 Sumber Data.....	37
3.3 Variabel Penelitian.....	38
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	38
3.4.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	41
3.5.1 Populasi.....	41
3.5.2 Sampel.....	41
3.5.2.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.6 Metode dan Teknik Analisi Data.....	43
3.6.1 Metode.....	43
3.6.2 Teknik Analisi Data.....	44
3.6.2.1 Uji Validitas.....	45
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.6.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.6.2.5 Uji Koefisien Determinasi.....	50
3.6.2.7 Uji t.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1 Sejarah English First for Adults Surabaya.....	52



4.1.2 Struktur Organisasi English First for Adults Surabaya.....	54
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab.....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	56
4.3 Pembahasan dan Analisis Data.....	57
4.3.1 Uji Validitas.....	58
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	60
4.3.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	61
4.3.3.3 Uji Multikolinieritas.....	63
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.3.5 Analisa Koefisien Determinasi.....	66
4.3.6 Uji t (Parsial).....	67
BAB V PENUTUP.....	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Bahasa yang Paling Populer.....	1
Tabel 1.2 5 LKP di Indonesia per April 2017.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1.....	29
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2.....	30
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3.....	31
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4.....	32
Tabel 3.1 Tabel Sampel.....	43
Tabel 3.2 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	51
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Uji Validitas.....	58
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.6 Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Uji Koefisien R dan R ²	66
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	33
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi English First.....	55
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Service Quality Terhadap Y.....	67
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Brand Image Terhadap Y.....	68
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Price Terhadap Y.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Data Hasil Rekapitulasi Kuisisioner
- Lampiran 3. Uji Validitas
- Lampiran 4. Uji Reliabilitas
- Lampiran 5. Normalitas
- Lampiran 6. Uji Multikolinearitas
- Lampiran 7. Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8. Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9. Tabel t



ABSTRAK

Oleh :

ANGELLYCA ARIANANDA IRIANTO

Bahasa Inggris telah bertransformasi menjadi bahasa dunia. Tak hanya dalam dunia bisnis saja, Bahasa Inggris telah menjadi sebuah kebutuhan bagi semua orang dengan berbagai latar belakang. Hal tersebut menyebabkan banyak munculnya lembaga Bahasa Inggris, salah satu lembaga yang paling eksis didunia yaitu English First for Adults lembaga yang sudah terkenal diseluruh dunia dan dipercaya masyarakat sebagai lembaga yang handal dan berkompoten. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Service Service Quality, Brand Image dan Price terhadap Customer Satisfaction di English First for Adults Surabaya.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 40 responden yang merupakan student di English First for Adults Surabaya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode proportionate stratified random sampling. Seluruh item pernyataan yang diuji semuanya valid dan semua variabel yang diuji semuanya reliabel.

Hasil uji regresi linier berganda adalah $Y = 0.163 + 0.396 X_1 + 0.624 X_2 + 0.294 X_3$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality, brand image dan price berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction di English First for Adults Surabaya dengan hasil t-hitung service quality sebesar $5.823 >$ dari t-tabel 2.02809, t-hitung brand image $4.562 >$ t-tabel 2.02809 dan t-hitung price sebesar $2.131 >$ t-tabel 2.02809 dengan tingkat signifikansi < 0.05 . Pada Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa service quality, brand image dan price berkontribusi sangat kuat terhadap customer satisfaction dengan nilai R Square 0.768 atau 76.8%. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu banyak pihak dalam memahami faktor-faktor yang mendukung customer satisfaction.

Kata Kunci : Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction



ABSTRAC

BY :

ANGELLYCA ARIANANDA IRIANTO

English has transformed into world language. Not only in the business world, English has become a necessity for all people with various backgrounds. This has led to the emergence of many English language institutions, one of the most existent institutions in the world, namely the English First for Adults institution that has been well-known throughout the world and trusted by the community as a reliable and competent institution. This research was made with the aim of identifying the influence of Service Quality, Brand Image, and Price on Customer Satisfaction at Surabaya First for Adults Surabaya.

This research was conducted by distributing questionnaires to 40 respondents who were students at English First for Adults Surabaya. The sampling technique used in this study is quantitative with proportionate stratified random sampling method. All statement items tested are all valid and all variables tested are all reliable.

The results of multiple linear regression tests are $Y = 0.163 + 0.396 X_1 + 0.624 X_2 + 0.294 X_3$. The results of this study indicate that service quality, brand image and price have a significant effect on customer satisfaction in English First for Adults Surabaya with the results of t-service service quality of $5.823 >$ from t-table 2.02809, t-count brand image $4.562 >$ t-table 2.02809 and t-price calculation of $2.131 >$ t-table 2.02809 with a significance level < 0.05 . In the Determination Coefficient Test shows that service quality, brand image and price contribute very strongly to customer satisfaction with a value of R Square 0.768 or 76.8%. The results of this study are expected to help many parties in understanding the factors that support customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction

