

**PERAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN: ANALISIS KUALITAS
LAYANAN DAN LOYALITAS GENERASI Z PADA KA EKONOMI**

JAKARTA-JOGJA

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana

Manajemen (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

Arini Utomo

NPM: 210326199

DEPARTEMEN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN: ANALISIS KUALITAS
LAYANAN DAN LOYALITAS GENERASI Z PADA KA EKONOMI
JAKARTA-JOGJA**

Disusun oleh:

Arini Utomo

NPM: 210326199

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



**Vonezyo Yupanzara
Dharomesz, S.E., MBA.**

Yogyakarta, 24 Juni 2025

SKRIPSI
PERAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN: ANALISIS KUALITAS
LAYANAN DAN LOYALITAS GENERASI Z PADA KA EKONOMI
JAKARTA-JOGJA

Yang telah dipersiapkan dan disusun oleh:

Arini Utomo
NPM: 210326199

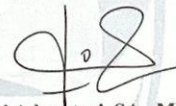
Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 4 Juni 2025
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN KETUA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Anggota Panitia Penguji


Api Adyantari, SA., MBA.


Vonezyo Yuzapzara Dharomesz,
S.E., MBA.

Yogyakarta, 24 Juni 2025
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu Novian
Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PERAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN: ANALISIS KUALITAS
LAYANAN DAN LOYALITAS GENERASI Z PADA KA EKONOMI
JAKARTA-JOGJA**

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 8 Januari 2025

yang menyatakan,



Arini Utomo

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan Rahmat dan Berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul: **“Peran Citra Merek dan Kepuasan: Analisis Kualitas Layanan dan Loyalitas Generasi Z Pada KA Ekonomi Jakarta-Jogja”**. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi syarat agar memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada penelitian ini penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak akan terselesaikan sampai akhir tanpa dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dan Bunda Maria karena telah menjawab semua doa dan kesulitan serta kebimbangan dalam setiap kondisi yang dialami, serta memberikan banyak pelajaran yang sangat berharga bagi penulis agar tidak putus asa dan diberikan kesehatan dalam mengerjakan skripsi ini hingga akhir.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan wadah untuk penulis dalam berproses serta dapat berdinamika dalam menempuh Pendidikan Sarjana Manajemen.
3. Bapak Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A., yang selalu sabar dalam mendampingi proses penyusunan skripsi dari awal sampai akhir,

seperti merespon yang sangat cepat dan memberikan masukan-masukan dalam kendala skripsi sehingga dapat dipahami oleh penulis.

4. Kedua orang tua hebat yang selalu mendoakan, memberikan semangat serta mendukung dan meyakinkan penulis dari jarak dengan penuh kasih sayang dan cinta kasih, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sampai akhir.
5. Kepada diri sendiri yang telah konsisten dan semangat berjuang menyelesaikan segala proses manis dan pahitnya perjalanan kuliah dari awal semester sampai pada titik ini, agar tidak putus asa dan selalu bertahan dalam menjalani proses skripsi ini.
6. Kepada Daniel Ludji sebagai teman yang sudah menemani, mendukung, mendoakan, serta mendengarkan keluh kesah penulis dalam proses pembuatan skripsi dari awal sampai akhir dari jarak jauh.
7. Kepada Laurensia Putri, Virahni Maranatha, dan Bimo Mukti Wibowo yang sudah menemani, mendukung dan menghibur penulis di kala penulis sudah merasa putus asa dalam menulis skripsi dari awal sampai akhir.
8. Kepada teman-teman seperjuangan dari semester awal yaitu Angella Hestyfanie, Yevy Cimberly, Kalya Putri Purnomo, Dewa Ayu Putu Intan Pratiwi, dan Deva Safhita yang sudah berjuang bersama dari awal semester sampai titik ini.
9. Kepada Angela Psthika Subiyakto yang sudah menjadi teman perjuangan dalam membuat skripsi dan mendukung penulis dari awal bimbingan hingga akhir pembuatan skripsi.

10. Teman-teman HMPSM khususnya Divisi *Public Relation* yang sudah mendukung penulis dalam proses pembuatan skripsi dengan cara mengisi kuesioner serta memberikan dukungan semangat kepada penulis.

Pada penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan yang dituliskan oleh penulis, tetapi penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh orang yang terlibat. Maka dari itu penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi.

Yogyakarta, 8 Januari 2025

Penulis,



Arini Utomo

MOTTO

“Sesungguhnya sekiranya kamu mempunyai iman sebesar biji sesawi saja kamu dapat berkata kepada gunung ini: Pindah dari tempat ini ke sana, maka gunung ini akan pindah, dan takkan ada yang mustahil bagimu”.

(Mat 17:20)

“Sebab TUHAN, Dia sendiri akan berjalan di depanmu, Dia sendiri akan menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau; janganlah takut dan janganlah patah hati”.

(Ulangan 31:8)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK	xvii
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan.....	8
1.4. Manfaat.....	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Kajian Literatur	12
2.1.2. Citra Merek	14
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	14
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Model Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	38
2.3.1 Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Citra Merek	38
2.3.2 Kualitas Layanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.3.3 Kualitas Layanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.4 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	40
2.3.5 Citra Merek Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3.6 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41

2.3.7 Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	42
2.3.8 Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.3.9 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.3.10 Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
2.4. Kerangka Penelitian	45
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.2. Objek, Subjek dan Tempat Penelitian	47
3.3. Populasi dan Sampel	49
3.3.1. Populasi Penelitian.....	49
3.3.2. Sampel Penelitian	49
3.3.3. Teknik Pengumpulan Sampel	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5. Definisi Operasional Variabel	34
3.6. Metode Pengukuran Data	47
3.7. <i>Face Validity</i>	47
3.8. Metode Analisis Data	47
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden	48
3.8.2. Analisis Statistik Deskriptif Variabel	48
3.8.3. Pengujian Instrumen	49
3.8.3.1 Outer Model	72
3.8.3.2 <i>Inner Model</i>	73
3.8.4. Metode Analisis	76
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	78
4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden	78
4.1.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa Kereta Api Ekonomi Tujuan Jakarta-Jogja dalam Satu Tahun Terakhir	78
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	83
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata dalam Satu Bulan.....	84
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-Rata Untuk Penggunaan Jasa Kereta Api Ekonomi Tujuan Jakarta Jogja dalam Satu Tahun	85
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	86
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Keandalan	86
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Daya Tanggap	87
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Jaminan	88
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel Bukti Fisik	90
4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel Empati	91
4.2.6. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	92
4.2.7. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	93
4.2.8. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	94
4.3. Analisis <i>SmartPLS</i>	96
4.4. Evaluasi Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	97
4.4.1. Uji Validitas Konvergen	97
4.4.2. Uji Validitas Diskriminan.....	102
4.4.3. Uji Reliabilitas	104
4.5. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	105
4.5.1. Pengujian <i>R-Square</i>	105
4.6. Pengujian Hipotesis.....	105
4.7. Uji Mediasi	108
4.8. Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
4.8.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Citra Merek	110
4.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.8.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	111
4.8.4. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	112
4.8.5. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
4.8.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114

4.8.7 Pengaruh Mediasi Citra Merek Terhadap Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	115
4.8.8 Pengaruh Mediasi Citra Merek terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan	115
4.8.9 Pengaruh Mediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan	116
4.8.10 Pengaruh Mediasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Merek dan Loyalitas Pelanggan	116
BAB V	126
PENUTUP	126
5.1. Kesimpulan	126
5.2. Implikasi Manajerial	129
5.3 Keterbatasan Penelitian	132
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	138

DAFTAR TABEL

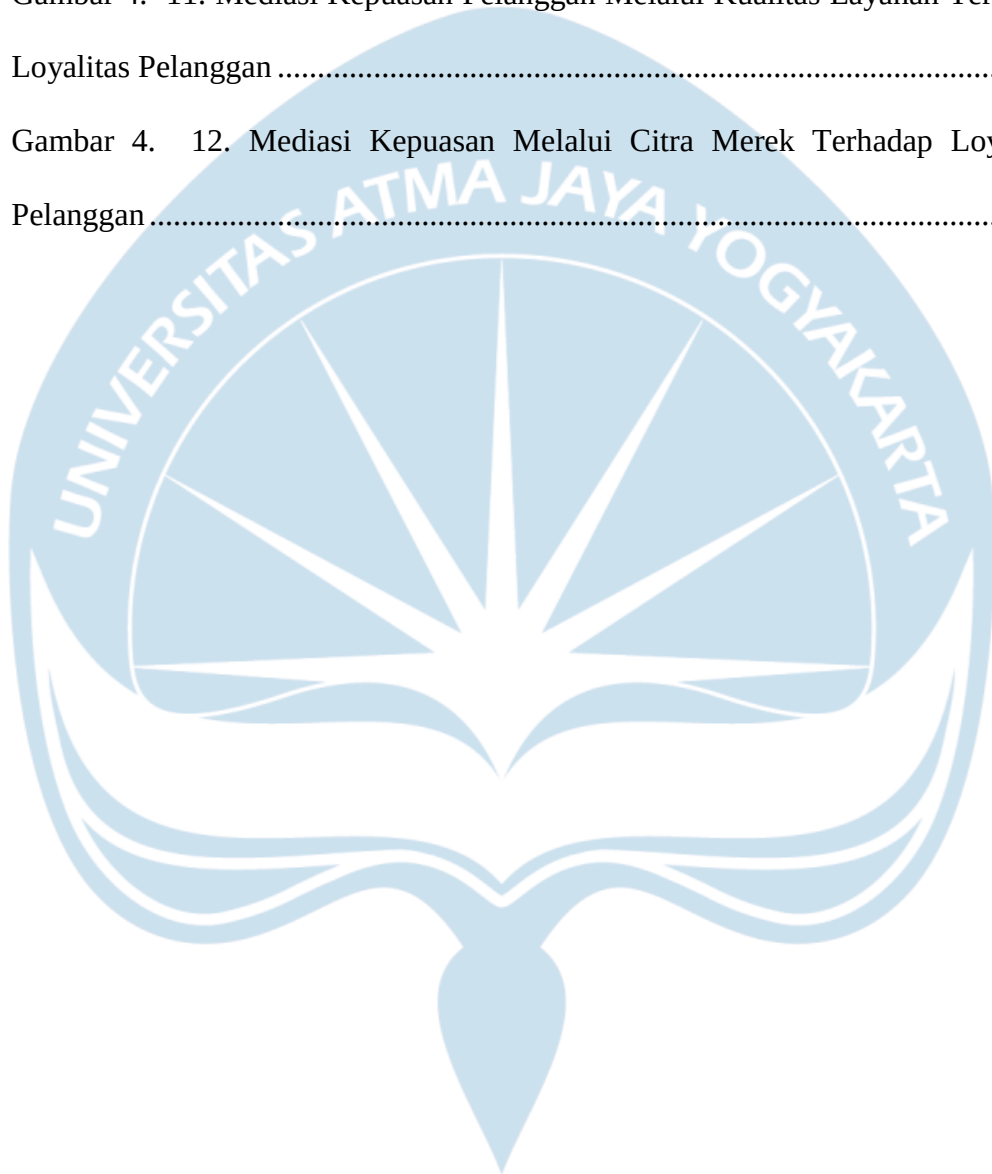
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1. Definisi Operasional	56
Tabel 3. 2. <i>Face Fality</i>	66
Tabel 4. 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kereta Api Ekonomi Tujuan Jakarta-Jogja	76
Tabel 4. 2. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keandalan	82
Tabel 4.3. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Daya Tanggap.....	83
Tabel 4.4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Jaminan.....	84
Tabel 4.5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Bukti Fisik	86
Tabel 4.6. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Empati	87
Tabel 4.7. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	88
Tabel 4.8. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan.....	89
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	90
Tabel 4.10. <i>Nilai Outer Loading 1</i>	93
Tabel 4.11. <i>Nilai Outer Loading 2</i>	95
Tabel 4.12. <i>Nilai Average Variance Extracted (AVE)</i>	97
Tabel 4.13. <i>Nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	98
Tabel 4.14. <i>Fornell-Larcker Criteriom</i>	99

Tabel 4.15. Uji Reliabilitas dan Validitas Konstruk	100
Tabel 4.16. Nilai <i>R-Square Adjusted</i>	101
Tabel 4.17. <i>Path Coefficients</i>	102
Tabel 4.18. <i>Spesific Indirect Effect</i>	104
Tabel 4.19. Efek Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	114
Tabel 4.20. Efek Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	116
Tabel 4.21. Efek Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	118
Tabel 4.22. Efek Kepuasan Pelanggan Memediasi Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Data Statistik Transportasi Paling Banyak Digunakan 2024	2
Gambar 1. 2. Data Statistik Jumlah Penumpang Kereta Api Tahun 2024.....	3
Gambar 2. 4. Kerangka Penelitian	45
Gambar 3. 1. Jalur Pengaruh Mediasi	71
Gambar 3. 2. Model Jalur Mediasi.....	72
Gambar 4. 1. Data Frekuensi Penggunaan Jasa KA Ekonomi Tujuan Jakarta-Jogja dalam Satu Tahun Terakhir	75
Gambar 4. 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Gambar 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
Gambar 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	80
Gambar 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan.....	81
Gambar 4. 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan.....	82
Gambar 4. 8. Model Struktural	92
Gambar 4. 9. Mediasi Citra Merek Melalui Kualitas Layanan Terhadap Kualitas Pelanggan	115

Gambar 4. 10. Mediasi Citra Merek Melalui Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	117
Gambar 4. 11. Mediasi Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	119
Gambar 4. 12. Mediasi Kepuasan Melalui Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan	121



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Google Formulir.....	133
Lampiran 2. Penyebaran Kuesioner	147
Lampiran 3. Data Responden dan Jawabannya	150
Lampiran 4. Data Tabulasi.....	222
Lampiran 5. SmartPLS.....	235
Lampiran 6. Jurnal Acuan.....	242
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	262

**PERAN CITRA MEREK DAN KEPUASAN: ANALISIS KUALITAS
LAYANAN DAN LOYALITAS GENERASI Z PADA KA EKONOMI
JAKARTA-JOGJA**

**Arini Utomo
210326199**

**Pembimbing,
Vonezyo Yupanzara Dharomesz, S.E., M.B.A.**

**Departemen Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 43-44, Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya pelanggan Kereta Api pada tahun 2024 hingga saat ini, terutama pada penggunaan jasa Kereta Api Ekonomi tujuan Jakarta-Jogja pada kalangan Generasi Z. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran citra merek dan kepuasan pelanggan yang memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada Kereta Api Ekonomi tujuan Jakarta-Jogja. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, menggunakan teknik *purposive sampling* melalui Google Form dengan skala Likert 5 poin. Responden dalam penelitian ini berjumlah 271 orang yang merupakan Generasi Z dan telah menggunakan jasa Kereta Api Ekonomi tujuan Jakarta-Jogja setidaknya dua kali. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh terhadap citra merek, kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kemudian citra merek berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, citra merek berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara citra merek dan loyalitas pelanggan

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan