

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PLANET SPORTS
ASIA YOGYAKARTA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:
Orelia Hayashi
220326629

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PLANET SPORT ASIA YOGYAKARTA

Disusun oleh:

Orello Hayashi

NPM: 220326629

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

6 Juli 2026

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PLANET SPORT ASIA YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama: Ordio Hayashi

NPM: 220326629

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 6 Juli 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (SI)
Program Studi Manajemen

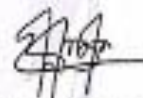
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Wenefrida Mahestu
Neviantra Krisjanti, S.E.,
M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Raden Agoeng Bhimasta,
S.Kom., M.M.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 6 Juli 2026

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Wenefrida Mahestu Neviantra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

Pada Planet Sports Asia Yogyakarta

Merupakan benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan dan ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiarisme sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 Mei 2026

Yang Menyatakan



Orelia Hayashi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Planet Sports Asia Yogyakarta" dengan baik dan tepat waktu.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak/Ibu Nadia Nila Sari, SE.,MBA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
3. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan doa, semangat, dan dukungan moral maupun materiil yang tiada henti.
4. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
5. Seluruh teman dan sahabat yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 30 Mei 2026

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Orelio Hayashi', with a long horizontal stroke extending to the right.

Orelio Hayashi

NPM: 220326629

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	13
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	13
BAB V PENUTUP.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kualitas Layanan.....	15
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	16
2.1.3 Indikator Kualitas Layanan	18

2.2.1 Citra Merek	19
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Citra Merek.....	20
2.2.3 Indikator Citra Merek.....	22
2.3.1 Kepuasan Pelanggan	23
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	25
2.4.1 Loyalitas Pelanggan	26
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	26
2.4.3 Indikator Loyalitas Pelanggan	28
2.2 PENELITIAN TERDAHULU	29
2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS	32
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	33
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	34
H2: Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	35
2.3.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	35
H3: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	35
2.3.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	36
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	36
2.3.6 Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	38
2.3.7 Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi dalam Hubungan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL	40
BAB III	41
METODOLOGI PENELITIAN	41

3.2 OBJEK,SUBJEK DAN LOKASI PENELITIAN	42
3.2.1 Objek Penelitian	42
3.2.2 Subjek Penelitian.....	42
3.2.3 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 POPULASI DAN SAMPEL	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Metode Sampling	45
3.4 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	47
3.5 SKALA PENGUKURAN	49
3.6 METODE PENGUMPULAN DATA.....	50
3.6.1 Kuesioner (Angket).....	50
3.7 <i>FACE VALIDITY</i>	51
3.8 Metode Analisis Data.....	51
3.8.1 Statistik Deskriptif	51
3.8.2 <i>Structural Equation Model - Partial Least Square</i> (SEM-PLS).....	52
3.8.3 Analisis Mediasi.....	55
BAB IV	57
4.2 DEMOGRAFI RESPONDEN	60
4.3 Statistik Deskriptif	64
4.4 Analisis Data	68
4.4.1 <i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	68
4.4.2 Mediasi.....	80
4.5 Pembahasan.....	85
4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	85
4.5.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan	85
4.5.3 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	86

4.5.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	87
4.5.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi.....	87
4.5.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi	88
BAB V.....	90
5.2 Implikasi Manajerial	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	95
5.4 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Lapangan Usaha Perdagangan Besar dan Eceran di Indonesia Tahun 2021–2025	2
Tabel 1. 2 Pertumbuhan Penjualan Fashion Sport Ritel di Indonesia Tahun 2017–2025.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel	47
Tabel 3. 2 Skala Likert	50
Tabel 3. 3 Rentang Interval Skala Likert	52
Tabel 4. 1 Pertanyaan Filter ke 1	58
Tabel 4. 2 Pertanyaan Filter ke 2	58
Tabel 4. 3 Pertanyaan Filter ke 3	59
Tabel 4. 4 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4. 5 Demografi Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 4. 6 Demografi Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 4. 7 Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4. 8 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	64
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	65
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	66
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4. 13 Nilai Outer Loading	69
Tabel 4. 14 Nilai Average Variance Extracted	70
Tabel 4. 15 Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4. 16 Nilai Uji <i>Cronbach Alpha & Composite Reliability</i>	73
Tabel 4. 17 Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	73
Tabel 4. 18 Nilai <i>Adjusted R-Square</i>	74
Tabel 4. 19 <i>Q Square</i>	75
Tabel 4. 20 Nilai <i>F-Square</i>	76
Tabel 4. 21 <i>Path Coefficient</i>	77
Tabel 4. 22 Nilai <i>Specific Indirect Effect</i>	81

Tabel 4. 23 Nilai Jenis Mediasi 1: Kualitas Layanan	82
Tabel 4. 24 Nilai Jenis Mediasi 2: Citra Merek	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Planet Sport Asia Yang Terletak Di Pakuwon Mall Yogyakarta.....	5
Gambar 1. 2 Planet Sport Asia Yang Terletak Di Pakuwon Mall Yogyakarta.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 3. 1 Diagram Klasifikasi Uji Mediasi.....	56
Gambar 4. 1 Kerangka Model SEM-PLS	68
Gambar 4. 2 Kerangka Model SEM-PLS	69
Gambar 4. 3 Jalur Mediasi 1: Kualitas Layanan	82
Gambar 4. 4 Jalur Mediasi 2: Citra Merek.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Kuesioner <i>Google Form</i>	107
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	114
Lampiran 4 Hasil Olah Data Statistik Deskriptif	118
Lampiran 5 Hasil Olah Data SEM-PLS	119
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	123
Lampiran 7 Jurnal Acuan Utama: Arman dan Shabbir (2020)	124
Lampiran 8 Jurnal Kuesioner: Dam dan Dam (2021).....	134

**Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas
Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel
Mediasi Pada Planet Sports Asia Yogyakarta**

Orelia Hayashi

220326629

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, S.E., MBA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada Planet Sports Asia Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 160 responden pelanggan Planet Sports Asia Yogyakarta menggunakan teknik purposive sampling. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (2) Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan; (3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (4) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (5) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (6) Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan; serta (7) Kepuasan Pelanggan memediasi pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. Nilai Adjusted R-Square sebesar 0,840 menunjukkan bahwa 84,0% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel dalam model. Citra Merek terbukti menjadi variabel dengan pengaruh paling kuat terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa manajemen Planet Sports Asia perlu memprioritaskan penguatan citra merek dan peningkatan kualitas pengalaman berbelanja untuk membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SEM-PLS