

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PERTAMINA DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK BENSIN RON 92
(*PERTAMAX*) DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

Febri Suryani

22012010384/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR**

2026

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PERTAMINA DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK BENSIN RON 92**

(PERTAMAX) DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

Febri Suryani

22012010384/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN

JAWA TIMUR

2026

SKRIPSI

**PENGARUH CORPORATE IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
PERTAMINA DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PRODUK BENSIN RON 92 (PERTAMAX) DI SURABAYA**

Disusun Oleh:
FEBRI SURYANI
22012010384/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal: 30 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Ratih Mukti Azhar, S.P., M.M.
NPT. 21219920624346

Tim Penguji Ketua



Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001

Anggota



Daisy Marthina Rosyanti, S.E., M.M.
NPT. 21219940327351

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur




Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Febri Suryani
NPM : 22012010384
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 01 Juli 2026

Yang Membuat pernyataan



Febri Suryani
NPM. 22012010384

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur, penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Pada kesempatan ini, penulis membuat skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Image* Terhadap *Customer Loyalty* Pertamina dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi pada Produk Bensin RON 92 (*Pertamax*) di Surabaya”.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT, IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Ibu Ratih Mukti Azhar, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Mentari Clara Dewanti, S.E., M.M. selaku Dosen Wali.
6. Kedua Orang tua hebatku. Bapak Asim dan Ibu Sulasmi yang selalu memberikan dukungan terbaiknya yang dibalut dengan doa yang tak pernah

terputus. Pendidikan ini merupakan salah satu bukti bahwa kalian bertanggung jawab atas hidupku. Terima kasih sudah bersedia menuntun langkah kecil anak gadismu ini menuju hidup yang lebih baik.

7. Kepada Bapak Amirukdin dan Ibu Sarimbi. Mungkin beberapa orang melihat kita selayaknya orang asing yang tak memiliki ikatan darah tapi tanpa mereka ketahui kalimat penyemangat yang kalian berikan menjadi salah satu sumbu saya untuk tetap melanjutkan pendidikan ini, terima kasih untuk doa baik dan rangkaian motivasi yang selalu kalian berikan.
8. Untuk keluarga kecilku. Saudara sedarahku Zuliana, Arik, dan Septania dan pendamping hidup mereka Alvian dan Arif, serta Keponakanku yang lucu Arzachel, Azzam, Raline, dan Anindya. Terima kasih atas dukungan yang telah kalian berikan, terima kasih telah menjadi rumah tempat penulis bersandar. Terima kasih untuk doa yang terus terpanjat dan gelak tawa yang selalu mengiringi langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat masa putih abu-abu. Meysa, Abellita, Nadya, dan Marsanda terima kasih sudah bersedia menemani saya sedari bangku sekolah menengah hingga saat ini. Terima kasih atas dukungan dan pelukan hangat yang mungkin tidak bisa saya temui pada siapa pun. Mungkin pada fase ini langkah yang saya jalani terasa berat, tapi dengan adanya kalian saya yakin saya mampu melewatinya.
10. Sahabat seperjuangan. Anisa dan Ihya yang selalu membersamai saya selama masa perkuliahan ini. Terima kasih untuk waktu dan tenaga yang selalu kalian berikan, terima kasih karena berkenan melewati masa ini dengan saya. Terima

kasih untuk uluran tangan yang selalu kalian berikan di masa perkuliahan ini, tanpa adanya kalian masa perkuliahanku mungkin membosankan.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan, semangat, dan doa yang telah diberikan selama ini.
12. Terakhir untuk diriku. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih untuk tetap melanjutkan langkah kecil ini sekalipun banyak hal yang datang mengganggu. Terima kasih untuk tidak menyerah dalam menempuh hidup yang fana ini. Mungkin aku tidak sehebat manusia lain tapi aku percaya aku sudah lebih dari cukup untuk diriku sendiri.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, 05 Mei 2026

Febri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2 Perilaku Konsumen	18
2.2.3 <i>Corporate Image</i>	19
2.2.4 <i>Customer Loyalty</i>	23
2.2.5 <i>Customer Satisfaction</i>	26
2.3 Hubungan Antar Variabel	29
2.3.1 Hubungan antara <i>Corporate Image</i> dengan <i>Customer Loyalty</i>	29
2.3.4 Hubungan antara <i>Corporate image</i> dengan <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Customer satisfaction</i>	32

2.4	Kerangka Konseptual	33
2.5	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.1.1	Definisi Operasional Variabel.....	35
3.1.2	Pengukuran Variabel.....	38
3.2	Teknik Penentuan Sampel	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1	Jenis Data	40
3.3.2	Sumber Data.....	41
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.4	Uji Validitas dan Reabilitas	42
3.4.1	Uji Validitas	42
3.4.2	Uji Reliabilitas	42
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	43
3.5.2	Cara Kerja <i>Partial Least Square</i> (PLS)	43
3.5.3	Langkah-langkah <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	44
3.5.4	Asumsi <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	46
3.5.5	Ukuran Sampel.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48

4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Jawaban Responden	52
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis	55
4.3.1	Analisis Model Penelitian	55
4.3.2	<i>Outer Model</i> (Pengukuran dan Validitas Indikator).....	56
4.3.3	<i>Inner Model</i> (Pengujian Model Struktural).....	61
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	64
4.4	Pembahasan	67
4.4.1	Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	67
4.4.2	Pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	68
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	69
4.4.4	<i>Customer Satisfaction</i> memediasi pengaruh <i>Corporate Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		75

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Nilai Tabel Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4.4 <i>Corporate Image</i>	52
Tabel 4.5 <i>Customer Satisfaction</i>	53
Tabel 4.6 <i>Customer Loyalty</i>	54
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i>	56
Tabel 4.8 <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.9 Nilai AVE	58
Tabel 4.10 Nilai <i>Composite Reability</i>	59
Tabel 4.11 <i>Latent Variables Correlations</i>	60
Tabel 4.12 Nilai <i>R-Square</i>	61
Tabel 4.13 Nilai <i>f-Square</i>	62
Tabel 4.14 Nilai Q^2	63
Tabel 4.15 Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	64
Tabel 4.16 Uji Hipotesis <i>Indirect Effect</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Kendaraan Bermotor	1
Gambar 1.2 Penjualan BBM di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 <i>Google Trends</i> <i>Pertamax</i> dan Pertamina	4
Gambar 1.4 Persepsi Masyarakat terhadap Pertamina.....	5
Gambar 1.5 Berita Pengoplosan <i>Pertamax</i>	6
Gambar 1.6 Berita Kasus Korupsi Pertamina	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian	44
Gambar 4.1 Model PLS Penelitian	56

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PERTAMINA DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PRODUK BENSIN
RON 92 (*PERTAMAX*) DI SURABAYA**

Oleh:

FEBRI SURYANI
22012010384/FEB/EM

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya kebutuhan bahan bakar, seiring dengan pertumbuhan kendaraan bermotor serta munculnya isu reputasi yang mempengaruhi citra Pertamina. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap *customer loyalty*, pengaruh *corporate image* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *corporate image* terhadap *customer loyalty*, serta peran *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pengguna bensin RON 92 (*Pertamax*) di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Surabaya, telah menggunakan *Pertamax* minimal 3 bulan, dan merupakan pengendara roda dua. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate image* dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. *Corporate image* juga berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *customer satisfaction* terbukti mampu memediasi hubungan antara *corporate image* dan *customer loyalty* secara parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan citra perusahaan dan kepuasan pelanggan dapat memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk *Pertamax* di Surabaya.

Kata Kunci: Corporate Image; Customer Loyalty; Customer Satisfaction