

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA
LAYANAN SUB CO COWORKING SPACE SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Marshanda Laura Gusti Cantika

NPM. 22042010138

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

**PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA
LAYANAN SUB CO *COWORKING SPACE* SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Marshanda Laura Gusti Cantika

NPM. 22042010138

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**"PENGARUH SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA
LAYANAN SUB CO COWORKING SPACE SURABAYA"**

Disusun Oleh :

Marshanda Laura Gusti Cantika
NPM. 22042010138

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING**

Dr. Joiok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

**Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK**

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**"PENGARUH SERVICE QUALITY, CUSTOMER SATISFACTION, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA
LAYANAN SUB CO COWORKING SPACE SURABAYA"**

Oleh:

Marshanda Laura Gusti Cantika
NPM. 22042010138

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 26 Agustus 2026

Pembimbing Utama

Dr. Jolok D., S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

Tim Penguji:

1. Ketua

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota

Dr. Jolok D., S.Sos., M.Si
NIP. 197011012021211004

**Mengetahui,
DEKAN**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Marshanda Laura Gusti Cantika
NPM : 22042010138
Program : Sarjana (S-1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

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 disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila di kemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi 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, 31 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan,


Marshanda Laura Gusti Cantika

NPM. 22042010138

ABSTRAK

Marshanda Laura Gusti Cantika, 22042010138, Pengaruh *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* pada Pengguna Layanan SUB Co *Coworking Space* Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality*, *customer satisfaction*, dan *brand image* terhadap *customer loyalty* pada pengguna layanan SUB Co, ruang kerja bersama yang dirancang untuk mendukung pekerja kreatif yang membutuhkan ruang untuk berkolaborasi. Pasca pandemi COVID-19, gaya bekerja dari rumah atau *work from home* menjadi tren bekerja baru yang diadaptasi oleh perusahaan. Namun, tidak semua pekerja memiliki ruang bekerja yang layak di tempat tinggal mereka. SUB Co hadir sebagai *coworking space* dengan berbagai fasilitas menarik yang bisa menjadi solusi atas permasalahan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah menggunakan jasa layanan SUB Co minimal dua kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality*, *customer satisfaction*, dan *brand image* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*

ABSTRACT

Marshanda Laura Gusti Cantika, 22042010138, *The Influence of Service Quality, Customer Satisfaction and Brand Image on Customer Loyalty Among Users of SUB Co Coworking Space Surabaya*

This study aims to analyze the influence of service quality, customer satisfaction, and brand image on customer loyalty among users of SUB Co, a coworking space designed to support creative professionals who need a space to collaborate. Following the COVID-19 pandemic, working from home has become a new work trend adopted by companies. However, not all workers have a suitable workspace in their homes. SUB Co serves as a coworking space with various attractive facilities that can provide a solution to this problem. This study employs a quantitative approach, distributing a questionnaire to 100 respondents who have used SUB Co's services at least twice. The sampling technique utilized purposive sampling, and the analysis method employed multiple linear regression via SPSS. The results indicate that service quality, customer satisfaction, and brand image have a significant influence on customer loyalty, both individually and collectively.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Image, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* pada Pengguna Layanan SUB Co *Coworking Space* Surabaya” dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan, sehingga terselesaikannya proposal skripsi ini. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada;

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis;

4. Orang tua dan segenap keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan terbaik dalam menimba ilmu dan doa restunya kepada penulis selama penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik;
5. Manajemen dan karyawan SUB Co Surabaya yang telah memberikan izin penelitian dan kesempatan untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut;
6. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2022 yang selalu saling memberikan dukungan dan semangat kepada satu sama lain sejak masa orientasi hingga masa penyusunan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dari segi teknis maupun penyusunannya, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, April 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran	17
2.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	18
2.2.3 Tujuan Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.2 <i>Service Quality</i>	19
2.2.2.1 Definisi <i>Service Quality</i>	19
2.2.2.2 Indikator <i>Service Quality</i>	20
2.2.3 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.2.3.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.2.3.2 Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.2.4 <i>Brand Image</i>	24
2.2.4.1 Definisi <i>Brand Image</i>	24
2.2.4.2 Indikator <i>Brand Image</i>	26

2.2.5 <i>Customer Loyalty</i>	27
2.2.5.1 Definisi <i>Customer Loyalty</i>	27
2.2.5.2 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	27
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	30
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	31
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	33
2.4 Kerangka Berpikir	34
2.5 Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1 Definisi Operasional	36
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	38
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	39
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Jenis Data.....	41
3.4.1.1 Data Primer	41
3.4.1.2 Data Sekunder	41
3.4.2 Sumber Data	42
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Analisis Data	43
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial	43
3.6 Uji Instrumen.....	43
3.6.1 Uji Validitas.....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Uji Asumsi Klasik	45
3.7.1 Uji Normalitas.....	45
3.7.2 Uji Multikolineritas	46
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	46

3.7.4 Uji Autokorelasi.....	46
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.9 Uji Hipotesis.....	48
3.9.1 Uji F (Uji Simultan).....	48
3.9.2 Uji t (Uji Parsial).....	49
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	50
3.10 Jadwal Penelitian	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil.....	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1.1 Profil Perusahaan	52
4.1.1.2 Visi dan Misi.....	54
4.1.1.3 Logo Perusahaan	55
4.1.2 Penyajian Data	55
4.1.2.1 Gambaran Umum Responden	55
4.1.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	59
4.1.3 Analisis Data.....	68
4.1.3.1 Hasil Uji Instrumen	68
4.1.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.1.3.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
4.1.3.4 Hasil Uji Hipotesis	79
4.1.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.2 Pembahasan	84
4.2.1 Pengaruh Simultan.....	84
4.2.2 Pengaruh Parsial	86
4.2.2.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	86
4.2.2.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	86
4.2.2.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
4.3 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	36
Tabel 3.2 Teknik Pengukuran Skala Likert	39
Tabel 3.3 Keputusan Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Service Quality	59
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Customer Satisfaction	62
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Brand Image.....	64
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Customer Loyalty	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji t (Uji Parsial)	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	84
Tabel 4.18 Perbandingan dengan Hasil Penelitian Terdahulu	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pekerja Work From Home dari Seluruh Dunia 2015-2023	1
Gambar 1.2 SUB Co Coworking Space	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Logo SUB Co	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Penyajian Data Per Variabel.....	104
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	108
Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik	113
Lampiran 5. Hasil Uji Linear Berganda	115