



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA  
IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH PT  
PEGADAIAN (PERSERO) KANTOR CABANG  
RENGASDENGKLOK**

UNIVERSITAS  
**TESIS**  
MERCU BUANA

DI SUSUN OLEH:  
INDRA ARIFianto  
NIM: 55112320021

**PROGRAM PASCA SARJANA  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2015**

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH PT PEGADAIAN (PERSERO) KANTOR CABANG RENGASDENGKLOK

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Indra Arifianto

Nim : 55112320021

Program : Magister Manajemen Jurusan Pemasaran

Tanggal :

Mengesahkan

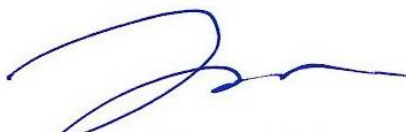
Pembimbing Utama

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Dr. Wilhelmus Hary Susilo. MM

Direktur Program Pasca Sarjana  
Manajemen

Ketua Program Studi Magister



Prof. Dr. Didik J Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih. ME

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS NASABAH PT PEGADAIAN (PERSERO) KANTOR CABANG RENGASDENGKLOK

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Indra Arifianto

NIM : 55112320021

Program : Magister Manajemen Jurusan Pemasaran

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



(Indra Arifianto)

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karuniaNya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Pada Loyalitas Nasabah PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Rengasdengklok.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada Dr. Wilhelmus Hary Susilo. MM sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan. Penulis juga berterimakasih kepada Direktur Program Pascasarjana Prof. Dr. Didik J Rachbini, beserta segenap jajarannya yang telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

Tak lupa penulis berterimakasih kepada Ketua Program Studi Dr. Augustina Kurniasih. ME. Demikian juga penulis menyampaikan terimakasih kepada seluruh Dosen dan Staf Administrasi Prodi Magister Manajemen, termasuk rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Akhirnya penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, keluarga, pimpinan dan rekan kerja, yang telah dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberi sumbangsih dalam masalah pengembangan dunia pemasaran di Indonesia.

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Perumusan Masalah.....	9
1.2.3 Ruang Lingkup dan Pembatasan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN.....	13
2.1 Sejarah PT Pegadaian (Persero).....	13
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	17
2.3 Lingkup dan Bidang Usaha.....	18
2.4 Segmen dan Kegiatan Usaha.....	18
2.5 Struktur Organisasi Pada PT Pegadaian (Persero)	
Kantor Cabang Rengasdengklok.....	20
2.6 Tantangan Bisnis Pada PT Pegadaian (Persero)	
Kantor Cabang Rengasdengklok.....	22
2.7 Strategi PT Pegadaian (Persero)	
Kantor Cabang Rengasdengklok.....	24

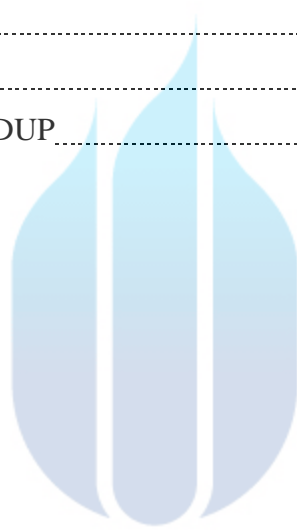
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	28
3.1 Kajian Teori.....	28
3.1.1 Teori Kualitas Layanan.....	28
3.1.1.1 Pemasaran Jasa.....	28
3.1.1.2 Karakteristik Jasa.....	30
3.1.1.3 Kualitas Layanan.....	33
3.1.2 Teori Persepsi Harga.....	38
3.1.2.1 Pengertian Harga.....	38
3.1.2.2 Persepsi Harga.....	40
3.1.2.3 Dimensi Persepsi Harga.....	41
3.1.3 Teori Kepuasan Pelanggan.....	43
3.1.3.1 Faktor-Faktor Tingkat Kepuasan.....	45
3.1.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	46
3.1.4 Teori Loyalitas Pelanggan.....	48
3.1.4.1 Jenis-Jenis Loyalitas.....	49
3.1.4.2 Dimensi Loyalitas.....	52
3.2 Penelitian Terdahulu.....	52
3.2.1 Model Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	52
3.2.2 Pengaruh Persepsi Harga pada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	55
3.2.3 Kesimpulan Kajian Penelitian Terdahulu.....	56
3.3 Kerangka Pemikiran.....	57
3.4 Hipotesis.....	59
BAB IV METODE PENELITIAN.....	60
4.1 Jenis Desain Penelitian.....	60
4.2 Ruang Lingkup.....	61
4.3 Lokasi Penelitian.....	61
4.4 Pendekatan Penelitian.....	61
4.5 Variabel Penelitian.....	62

4.5.1 Definisi Operasional Variabel.....	62
4.5.2 Definisi Konsep.....	66
4.5.3 Definisi Operasional.....	67
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	69
4.6.1 Populasi.....	69
4.6.2 Sampel.....	69
4.6.3 Teknik Penarikan Sampel.....	69
4.7 Jenis dan Sumber Data.....	70
4.8 Teknik Pengumpulan Data.....	71
4.9 Teknik Analisis Data.....	71
4.9.1 Instrumen Penelitian.....	72
4.9.1.1 Uji Validitas.....	72
4.9.1.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.10 Metode Analisis Data.....	73
4.10.1 Analisis Deskriptif.....	73
4.10.2 Analisis Kuantitatif.....	74
4.11 Analisis Dimensi.....	81
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Karakteristik Responden.....	83
5.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	84
5.1.2 Usia Responden.....	84
5.1.3 Pendidikan dan Pekerjaan Responden.....	84
5.2 Distribusi Data.....	85
5.3 Hasil Pengujian Data.....	86
5.3.1 Uji Validitas.....	86
5.3.2 Uji Reliabilitas.....	88
5.3.3 Uji Prasyarat Analisis.....	89
5.3.3.1 Uji <i>Outlier</i> .....	89
5.3.3.2 Uji Normalitas.....	92
5.3.3.3 Uji Linearitas.....	93
5.3.3.4 Uji Multikolinearitas.....	94

5.3.4 Uji <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (Uji 2 <sup>nd</sup> CFA).....	96
5.3.4.1 <i>Basic Model</i> dan <i>Structural Model</i> .....	96
5.3.4.1.1 Variabel Kualitas Layanan.....	96
5.3.4.1.2 Variabel Persepsi Harga.....	99
5.3.4.1.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	102
5.3.4.1.4 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	106
5.3.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk.....	109
5.3.4.2.1 Variabel Kualitas Layanan.....	110
5.3.4.2.2 Variabel Persepsi Harga.....	111
5.3.4.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	112
5.3.4.2.4 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	113
5.3.5 Uji Kesesuaian Model.....	115
5.3.6 Uji Hipotesis.....	121
5.3.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	123
5.3.6.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	124
5.3.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	125
5.3.6.4 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
5.3.6.5 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	126
5.3.6.6 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	127
5.3.6.7 Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	127
5.3.7 Matrix Korelasi Hubungan Dimensi-Dimensi Pada Variabel Bebas Terhadap Variabel-Variabel Terikat.....	128
5.3.7.1 Korelasi Kualitas Layanan Terhadap	



Kepuasanv Pelanggan.....	129
5.3.7.2 Korelasi Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	130
5.3.7.3 Korelasi Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	131
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	132
6.1 Kesimpulan.....	132
6.2 Saran dan Implikasi Manajerial.....	133
6.3 Keterbatasan.....	135
DAFTAR PUSTAKA.....	137
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	169



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Produktifitas OSL ( <i>Out Standing Loan</i> ) Tahun 2013.....	3
Tabel 1.2. Produktifitas OSL ( <i>Out Standing Loan</i> ) Tahun 2014.....	4
Tabel 1.3. Perbandingan Jumlah Karyawan PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Rengasdengklok dengan Jumlah Nasabah.....	5
Tabel 1.4. Rekapitulasi Keluhan Pelanggan.....	6
Tabel 1.5. Nasabah Aktif yang Loyal Periode Tahun 2014.....	7
Tabel 2.1. Analisa Faktor Eksternal dan Internal PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Rengasdengklok.....	23
Tabel 3.1. Berbagai Istilah Harga.....	40
Tabel 3.2. Hubungan Antar Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 3.3. Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Sikap dan Perilaku Pembelian Ulang.....	52
Tabel 4.1. Variabel, Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.2. Skala Likert.....	72
Tabel 4.3. Lambang untuk Variabel dan Dimensi yang Diteliti.....	76
Tabel 4.4. Persamaan Model Struktural Pada Diagram Jalur.....	77
Tabel 4.5. Persamaan Model Pengukuran <i>Exogenous Constructs</i> pada Diagram Jalur.....	77
Tabel 4.6. Persamaan Model Pengukuran <i>Endogenous Constructs</i> pada Diagram Jalur.....	78
Tabel 4.7. Matrik Korelasi Dimensi antar Variabel.....	81
Tabel 4.8. Matrik Korelasi Dimensi antar Variabel Y.....	82
Tabel 5.1. Profil Demografi Responden.....	83
Tabel 5.2. Distribusi Data.....	85
Tabel 5.3. Validasi Variabel Eksogen.....	87
Tabel 5.4. Validasi Variabel Endogen.....	88
Tabel 5.5. Uji Reliabilitas.....	89
Tabel 5.6. Data Uji <i>Outlier</i> .....	90
Tabel 5.7. Data Uji Normalitas.....	93
Tabel 5.8. Data Uji Linearitas.....	94

Tabel 5.9. Validasi dan Reliabilitas Konstruk	
Variabel Kualitas Layanan.....	111
Tabel 5.10. Validasi dan Reliabilitas Konstruk	
Variabel Persepsi Harga.....	112
Tabel 5.11. Validasi dan Reliabilitas Konstruk	
Variabel Kepuasan Pelanggan.....	113
Tabel 5.12. Validasi dan Reliabilitas Konstruk	
Variabel Loyalitas Pelanggan.....	114
Tabel 5.13. Uji Kecocokan Keseluruhan Model ( <i>Goodness of Fit</i> ).....	120
Tabel 5.14. Pengujian Hipotesis.....	123
Tabel 5.15. Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	129
Tabel 5.16. Matrik Korelasi Antar Dimensi.....	131



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Rengasdengklok.....	20
Gambar 3.1. Model Kesenjangan <i>Gap Model</i> dari Kualitas Layanan.....	36
Gambar 3.2. Hubungan Variabel dalam Kajian Penelitian Terdahulu.....	56
Gambar 3.3. Kerangka Pikir.....	58
Gambar 4.1. Struktur Analisis Variabel Penelitian Secara Keseluruhan.....	75
Gambar 5.1. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model Standardized Solution</i> Variabel Kualitas Pelayanan.....	97
Gambar 5.2. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model T-Value</i> Variabel Kualitas Layanan.....	98
Gambar 5.3. Uji <i>CFA Stuctural Model Standardized Solution</i> Variabel Kualitas Layanan.....	99
Gambar 5.4. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model Standardized Solution</i> Variabel Persepsi Harga.....	100
Gambar 5.5. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model T-Value</i> Variabel Persepsi Harga.....	101
Gambar 5.6. Uji <i>CFA Stuctural Model Standardized Solution</i> Variabel Persepsi Harga.....	102
Gambar 5.7. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model Standardized Solution</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	103
Gambar 5.8. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model T-Value</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	104
Gambar 5.9. Uji <i>CFA Stuctural Model Standardized Solution</i> Variabel Kepuasan Pelanggan.....	105
Gambar 5.10. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model Standardized Solution</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	106
Gambar 5.11. Uji <i>2<sup>nd</sup> CFA Basic Model T-Value</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	107
Gambar 5.12. Uji <i>CFA Stuctural Model Standardized Solution</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	108

Gambar 5.13. CFA: <i>Basic Standardized Solution Hybrid Model</i> .....	118
Gambar 5.14. CFA: <i>Basic Model T-Value</i> .....	120
Gambar 5.15. Struktur Model <i>T-Value</i> Variabel Kualitas Layanan, Variabel Persepsi Tarif dan Variabel Kepuasan Pelanggan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.....	122



## **LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner

Lampiran 2: Data

Lampiran 3: Tabel Jurnal Penelitian Terdahulu



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA