

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN MEMPERHATIKAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
DI PASAR JALAN BARU CILINCING**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Rani Oktavia

NIM : 43117010100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rani Oktavia

NIM : 43117010100

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Februari 2021



Rani Oktavia
NIM. 43117010100

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NIM : 43117010100
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan
dengan Memperhatikan Kepuasan Konsumen sebagai
Variabel Intervening di Pasar Jalan Baru Cilincing
Tanggal Lulus Ujian : Rabu, 17 Februari 2021

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,

Ketua Penguji,



Dr. Yanto Ramli, MM

Tanggal : Minggu, 28 Februari 2021

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal : Sabtu, 27 Februari 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal : Selasa, 06 April 2021



Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : Selasa, 06 April 2021

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dengan memperhatikan Persepsi Harga, Variasi Produk, dan Lokasi. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen/pembeli yang berbelanja di Pasar Jalan Baru Cilincing Jakarta Utara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 210 responden. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *convenience sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Variasi Produk terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Lokasi terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Persepsi Harga terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Variasi Produk terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Lokasi terdapat pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, serta Kepuasan Konsumen terdapat pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

(Kata Kunci : Persepsi Harga, Variasi Produk, Lokasi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan, Pasar Jalan Baru)



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Customer Satisfaction on Customer Loyalty by paying attention to Perceptions of Price, Product Variation, and Location. The subjects in this study are consumers / buyers who shop at Pasar Jalan Baru Cilincing, North Jakarta. The sample used in this study were 210 respondents. The sampling method was carried out by convenience sampling method. This study uses SEM data analysis techniques and data processing using Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that Price Perception has a positive but insignificant effect on Customer Satisfaction, Product Variation has a significant positive effect on Customer Satisfaction, Location has a significant positive effect on Customer Satisfaction, Price Perception has a significant positive effect on Customer Loyalty, Product Variation has a significant positive effect on Customer Loyalty, Location has a significant positive effect on customer loyalty, and customer satisfaction has a positive but not significant impact on customer loyalty.

(Keywords: Price Perception, Product Variation, Location, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Pasar Jalan Baru)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN DENGAN MEMPERHATIKAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PASAR JALAN BARU CILINCING”**

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Bapak Yanto Ramli selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehar yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesainya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran maupun dorongan moril serta materil sehingga proposal penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugrah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, Ms selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS., CMA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Jajaran Program studi manajemen S1, Ibu Tine Yuliantini, S.Par., MM dan Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku sekretaris I dan II program studi Manajemen S1.
5. Bapak Dr. Yanto Ramli, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga proposal skripsi ini dapat tersusun.
6. Kedua orangtua tercinta Bapak Paiman Jumari dan Ibu Sri Mulyani motivasi terbesar yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya serta semua dukungan baik moril maupun materil.
7. Teman seperjuangan Sandra Cita Ayu dan Ika Karisma. Teman-teman dari luar kampus Mercu Buana Jakarta, teman game online, dan para senior yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
8. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.

9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.



Jakarta, 17 Februari 2021

Rani Oktavia
NIM. 43117010100

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II PENDAHULUAN	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran.....	16
2. Perilaku Konsumen	17
3. Persepsi Harga / Price Perception.....	17
4. Variasi Produk / Product Variety	19
5. Lokasi / Location.....	21
6. Kepuasan Konsumen / Customer Satisfaction	23
7. Loyalitas Pelanggan / Customer Loyalty	27
8. Penelitian Terdahulu.....	32
B. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Waktu dan Tempat Penelitian	47
B. Desain Penelitian	47

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	48
D. Skala Pengukuran Variabel	54
E. Populasi dan Sampel Penelitian	55
F. Metode Pengumpulan Data	56
G. Metode Analisis Data	57
1. IBM SPSS Statistic 23.....	58
2. Uji Instrumen.....	58
3. Analisis Partial Least Square.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	64
B. Statistik Deskriptif	66
1. Deskriptif Responden	66
2. Deskriptif Variabel	69
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	74
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	74
2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	85
D. Pembahasan Hasil Penelitian	89
1. Pengaruh Persepsi Harga dengan Kepuasan Konsumen	89
2. Pengaruh Variasi Produk dengan Kepuasan Konsumen	90
3. Pengaruh Lokasi dengan Kepuasan Konsumen	90
4. Pengaruh Persepsi Harga dengan Loyalitas Pelanggan.....	91
5. Pengaruh Variasi Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	91
6. Pengaruh Lokasi dengan Loyalitas Pelanggan	92
7. Pengaruh Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Pelanggan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	51
Tabel 3. 2 Instrument Skala Likert.....	54
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	67
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	68
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	69
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk.....	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Lokasi	71
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen.....	72
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Sebelum Modifikasi).....	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> (Setelah Modifikasi).....	79
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	80
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (Cross Loading)	81
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	83
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker Critetion)</i>	83
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	84
Tabel 4. 17 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	86
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pasar Tradisional Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Model Kerangka Konsptual Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS (Sebelum Modifikasi).....	75
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Setelah Modifikasi)	78
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping	88



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	107
Hasil Output SPSS 23	112
Hasil Output PLS	116

