

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Pada Minimarket Indomaret Kelurahan Ancol, Jakarta Utara)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun oleh: Desi Rofianti

NIM: 43119110066

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN

(Studi Pada Minimarket Indomaret Kelurahan Ancol, Jakarta Utara)
Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Rahma Amalia
NIM : 43119110044

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rahma Amalia
NIM : 43119110044
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Minimarket Indomaret Kelurahan Ancol, Jakarta Utara)
Tanggal Sidang : 12 Desember 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Zulfitri, MP., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 10233360



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahma Amalia

NIM : 43119110044

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa proskripsi 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)

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Januari 2024



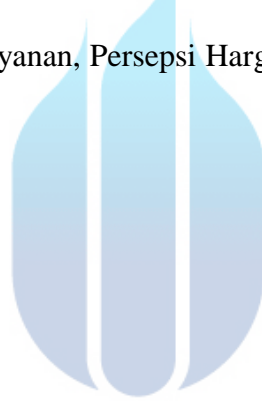
Rahma Amalia

NIM: 43119110044

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Indomaret Kelurahan Ancol. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret lebih dari sekali di wilayah Kelurahan Ancol, Jakarta Utara. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 122 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner, metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan Persepsi Harga berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to influence the effect of service quality, price perception and customer satisfaction on customer loyalty at the Indomaret Minimarket, Ancol Village. The population in this study are consumers who shop at Indomaret more than once in the Ancol Village area, North Jakarta. The sample used in this study amounted to 122 respondents. Methods of data collection using survey methods with research instruments using questionnaires, data analysis methods using Partial Least Square. This study proves that Service Quality has a significant positive effect on customer loyalty, Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, Service quality has a non-significant negative effect on customer loyalty, Price perception has a significant positive effect on customer satisfaction and Price Perception has a non-significant negative effect on loyalty customer.

Keywords: Service Quality, Perceived Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Indomaret Kelurahan Ancol”. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Kepada bapak Dr. Zulfitri, MP, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini, juga atas dukungan yang membuat peneliti dapat terus bersemangat dalam menulis skripsi ini, pribadi diri peneliti ingin berterima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M, Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonommi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana;
4. Seluruh dosen program studi S1 Manajemen, Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan ilmu-ilmu serta pengetahuan mengenai Manajemen;

5. Teman-temanku di Program Studi Manajemen S1 FEB UMB Angkatan 2019, atas segala dukungan dan diskusi dalam penyusunan penelitian ini
6. Okky Yudistira dan Desi Rofianti, atas seluruh bantuan, diskusi, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini;
7. Teristimewa, Ibunda dan Ayahanda tercinta, serta kakak dan adikku atas segala perhatian, dukungan moral maupun materil, nasihat, serta seluruh do'a yang tidak ada hentinya ditujukan kepada peneliti;

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
A. Kajian Pustaka.....	12
1. Manajemen Pemasaran	12
2. Loyalitas Konsumen	13
3. Kualitas Layanan	18
4. Persepsi Harga	23
5. Kepuasan Pelanggan.....	27
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Pengembangan Hipotesis	38

1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	39
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	39
4. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	40
6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	41
D. Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Waktu dan Tempat Penelitian	44
B. Desain Penelitian.....	44
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	45
1. Definisi Operasi Variabel	45
2. Operasional Variabel	47
D. Skala Pengukuran Variabel.....	49
E. Populasi dan Sampel	49
1. Populasi.....	49
2. Sampel	50
F. Metode Pengumpulan Data	51
G. Metode Analisis Data.....	52
1. Analisis Partial Least Square (PLS).....	52
2. Langkah-Langkah Pengujian PLS	53
BAB IV	57
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Analisis Deskriptif	57
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
1. Deskripsi Responden	59

2. Deskripsi Variabel	63
B. Analisis Partial Least Square	68
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
2. Discriminant Validity	75
3. Average Extracted Variance (AVE)	79
4. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V	91
KESIMPULAN DAN SARAN	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94
Lampiran	97



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gerai Retail Terbesar di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	42
Gambar 4. 1 Hasil PLS Algoritma	69
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	73
Gambar 4. 3 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi 2).....	78
Gambar 4. 4 Inner Model	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra Survey	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	48
Tabel 3. 2 Skala Likert	49
Tabel 3. 3 Pengujian Validitas	53
Tabel 3. 4 Pengujian Reliabilitas	54
Tabel 3. 5 Pengujian Nilai R-Square.....	55
Tabel 3. 6 Pengujian Hipotesis	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4. 6 Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4. 7 Persepsi Harga.....	65
Tabel 4. 8 Kepuasan Pelanggan	66
Tabel 4. 9 Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Covergent Validity	70
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Covergent Validity (Modifikasi).....	73
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity	75
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornell Lacker Cricterion)..	78
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian AVERAGE Variance Extraxted (AVE).....	79
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Composite Reliability	80
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian R-square.....	82
Tabel 4. 17 Nilai Q^2	83
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner.....	97
Lampiran 1. 2 Petunjuk Pengisian	98
Lampiran 1. 3 Tabulasi Data.....	106
Lampiran 1. 4 Deskripsi Responden	118
Lampiran 1. 5 Deskripsi Variabel	120
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Model Pengukuran (Outer Model).....	123
Lampiran 1. 7 Hasil Model Struktural (Inner Model).....	130



UNIVERSITAS
MERCU BUANA