

**KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP  
LOYALITAS DAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PENGGUNA TOKOPEDIA DI KABUPATEN GRESIK**

**TESIS**



**Di ajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Magister Manajemen**

**Oleh  
MUHAMMAD ROSYIHUDDIN  
171001010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK  
TAHUN 2020**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini yang berjudul "Kualitas Produk, Harga terhadap Loyalitas dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel intervening pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik".

Adapun tujuan dari penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister Management pada Universitas Muhammadiyah Gresik dalam upaya menambah wawasan pengetahuan.

Keberhasilan saya dalam menyelesaikan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik moral, maupun materil. Untuk itu melalui kesempatan ini saya menyampaikan rasa terima kasih dengan hati yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Setyo Budi, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Bapak Dr. Yudhi Arifani, S.Pd., M.Pd. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Bapak Dr. Eva Desembrianita, Dra, M.M. selaku ketua Program Studi Magister Managemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Bapak Dr. Ismi Rajiani, S.Pd., M.M. selaku dosen pembimbing I yang penuh kesabaran dan ketelitian dalam membimbing saya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan tepat waktu.
5. Bapak Dr. Tumirin, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang penuh kesabaran dan ketelitian dalam membimbing saya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan baik.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberi arahan serta masukan kepada saya untuk memperbaiki alur tehnik penulisan dan penganalisisan, sehingga tesis ini terselesaikan dengan baik.
7. Yang tercinta, kedua orang tuaku yang telah kembali kepada Allah, Almarhuma Ibu Hj. Robi'ah, dan Almarhum Bapak H. Abdul Wahab atas doa

yang tulus terpanjatkan selama hidup di Dunia, kasih sayangnya yang selalu melekat didalam hati menjadi penyemangat serta petunjuk hidup sehingga saya tidak kehilangan arah dan tujuan, hingga pada akhirnya saya mampu mewujudkan cita-cita Bapak dan Ibu untuk menyelesaikan pendidikan terakhir saya (S2). Terimakasih atas segala pengorbanan Bapak dan Ibu selama ini. Semoga kalian bangga disana.

8. Untuk kakak-kakakku: Endang Sri Wahyuni, Nur Cholis, Abdur Rozak, Saidatul Uliyah, atas segala perhatian dan pengertiannya, doa, dorongan, serta *support*-nya selama ini. Terimakasih telah merawatku sejak remaja hingga dewasa kini. Terimakasih telah bersedia menjadi pengganti Bapak dan Ibuk memposisikan diri seperti Bapak dan Ibu.

Akhir kata, saya menyadari sepenuhnya bahwa isi dari tesis ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saya dengan senang hati untuk kepada para pembaca untuk memberikan masukan dan saya akan menerima segala bentuk nasihat kritik ataupun saran yang bersifat membangun dari pembaca tesis ini, hal ini demi perbaikan dikemudian hari. Saya berharap agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan para pemangku kepentingan yang membutuhkan refrensi dari hasil penelitian yang telah saya lakukan ini.

Gresik, 5 Desember 2019

MUHAMMAD ROSYIHUDDIN, S.M.

## ABSTRAK

---

**Tujuan** – untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas konsumen yang telah berbelanja di Tokopedia.

**Desain/ Metodologi/ Pendekatan** – Dalam penelitian ini ada dua faktor yang menjadi acuan bagi peneliti untuk di jadikan referensi variabel bebas yakni kualitas produk dan harga. Lokasi penelitian di Kabupaten Gresik, jumlah responden berjumlah 100 orang responden, menggunakan metode *purposive sampling* dengan ketentuan responden yang sudah melakukan pembelian berulang di Tokopedia serta teknik penyebaran kuisioner menggunakan *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ini dianalisis dengan analisis path dan harus melalui uji instrument, asumsi klasik, dan kemudian pembuktian hipotesis penelitian.

**Hasil dan Pembahasan** – Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk dan harga berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pada pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik. Sedangkan kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pengguna Tokopedia di Kabupaten Gresik. Hasil tersebut membuktikan bahwa kualitas produk memiliki nilai koefisien lebih kecil terhadap kepuasan dan loyalitas dibandingkan variabel harga. Kepuasan konsumen dan loyalitas memiliki pengaruh signifikan dibandingkan variabel-variabel lainnya. Pengujian analisis *path* membuktikan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan, akan tetapi berdasarkan hasil temuan nilai koefisien pengaruh total kualitas produk lebih kecil dibandingkan variabel harga.

**Kesimpulan** – Berdasarkan hasil dari penelitian membuktikan bahwa kesemua hipotesis dapat diterima (kualitas produk, harga, kualitas produk berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas).

**Implikasi penelitian** – Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pelaku usaha di bidang bisnis online, untuk memperhatikan kualitas dari produk, harga, untuk menumbuhkan loyalitas dan kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Harga, Loyalitas, Kepuasan Konsumen.

---

## **ABSTRACT**

---

**Purpose** - to find out the extent of satisfaction and the level of loyalty of consumers who have shopped at Tokopedia

**Design / Methodology / Approach** - In this study, there are two factors that become indifferent for researchers to make reference to independent variables, namely product quality and price. The location of research in Gresik Regency, the number of respondents numbered 100 respondents, using purposive sampling method with the provisions of respondents who have made repeated purchases at Tokopedia. The results of this study were analyzed by path analysis and must go through instrument testing, classical assumptions, and then proof of the research hypothesis.

**Results and Discussion** - Based on the results of research that product quality and price have a direct effect on customer satisfaction and customer satisfaction, product quality and price have a direct effect on loyalty to Tokopedia users in Gresik Regency. While product quality and price have an indirect effect on loyalty through consumer satisfaction of Tokopedia users in Gresik Regency. These results prove that product quality has a smaller coefficient on satisfaction and loyalty than the price variable. Consumer satisfaction and loyalty have a significant effect compared to other variables. Testing the path analysis proves that product quality and price affect indirectly on loyalty through satisfaction, but based on the findings the coefficient value of total product quality is smaller than the price variable.

**Conclusion** - Based on the results of the study prove that all hypotheses can be accepted (product quality, price, product quality directly and indirectly affect customer satisfaction and loyalty).

**Research Implications** - it is hoped that the results of this study can add insight to businesses in the field of online business, to pay attention to the quality of products, prices, to foster customer loyalty and satisfaction.

**Keywords:** Product Quality, Price, Loyalty, Customer Satisfaction.

---

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	9
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Teoritis .....	12
2.2.1 <i>Grand Theory of Marketing</i> .....	12
2.2.2 Teori Kualitas Produk.....	13
2.2.2.1 Dimensi Kualitas Produk.....	14
2.2.3 Teori Harga.....	15
2.2.3.1 Indikator Harga.....	16
2.2.4 Teori Kepuasan Konsumen .....	16
2.2.4.1 Dimensi Kepuasan Konsumen .....	18
2.2.5 Teori Loyalitas konsumen .....	18
2.2.5.1 Indikator Loyalitas.....	20
2.2.6 Teori Hubungan antar Variabel.....	20
2.2.6.1 Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.....	20
2.2.6.2 Hubungan Harga dan Kepuasan Konsumen.....	21
2.2.6.3 Hubungan Kepuasan Konsumen dan Loyalitas.....	22
2.2.6.4 Hubungan Kualitas Produk dan Loyalitas .....	23
2.2.6.5 Hubungan Harga dan Loyalitas .....	23
2.2.6.6 Hubungan Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas...	24
2.2.6.7 Hubungan Harga, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas.....	24
2.3 Kerangka Berpikir .....	25

BAB III : METODE PENELITIAN .....	27
3.1 Pendekatan Penelitian.....	27
3.2 Lokasi Penelitian .....	27
3.3 Populasi dan Sampel .....	26
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel .....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	29
3.5 Pengukuran Variabel Penelitian .....	31
3.6 Jenis dan Sumber Data .....	32
3.7 Teknik Pengambilan Data .....	32
3.8 Alat Analisis .....	33
3.8.1 Uji Instrumen .....	33
3.8.1.1 Uji Validitas .....	33
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	34
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.8.2.1 Uji Normalitas .....	35
3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.8.2.3 Uji Multikolonieritas .....	36
3.8.2.4 Uji Autokorelasi .....	36
3.8.2.5 Uji Linieritas.....	37
3.8.3 Analisis Jalur ( <i>Path</i> ).....	37
3.8.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	39
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI .....	41
4.1.1 Gambaran Umum .....	41
4.1.2 Sejarah Tokopedia .....	41
4.2 Deskripsi Data Penelitian .....	45
4.2.1 Identitas Responden .....	45
4.2.1.1 Kunjungan belanja.....	45
4.2.1.2 Alamat Responden .....	46
4.2.1.3 Jenis Kelamin Responden .....	46
4.2.1.4 Pekerjaan Responden .....	47
4.2.1.5 Usia Responden .....	47
4.2.1.6 Pendapatan Responden .....	49
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	49
4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	51
4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	53
4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen ..	55
4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	57

4.3	Analisis Data .....	59
4.3.1	Uji Instrumen.....	59
4.3.1.1	Uji Validitas .....	59
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	60
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	61
4.3.2.1	Uji Normalitas .....	61
4.3.2.1.1	Hasil Uji Normalitas Persamaan Pertama .....	62
4.3.2.1.2	Hasil Uji Normalitas Persamaan Kedua .....	63
4.3.2.2	Uji Heteroskedastisitas .....	64
4.3.2.2.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Pertama .....	65
4.3.2.2.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Kedua .....	66
4.3.2.3	Uji Multikolonieritas .....	66
4.3.2.3.1	Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Pertama .....	67
4.3.2.3.2	Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Kedua .....	68
4.3.2.4	Uji Autokorelasi .....	68
4.3.2.4.1	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Pertama .....	69
4.3.2.4.2	Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Kedua .....	70
4.3.2.5	Uji Linieritas.....	71
4.3.2.5.1	Hasil Uji Linieritas Persamaan Pertama.....	71
4.3.2.5.2	Hasil Uji Linieritas Persamaan Kedua .....	72
4.4	Analisis Jalur ( <i>Path</i> ) .....	73
4.5	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	79
4.5.1	Pengaruh Langsung Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) .....	80
4.5.2	Pengaruh Langsung Harga ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) .....	81
4.5.3	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Loyalitas (Y).....	81
4.5.4	Pengaruh Langsung Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas (Y)	82
4.5.5	Pengaruh Langsung Harga ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas (Y) .....	83
4.6	Interpretasi Hasil .....	83
4.6.1	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen .....	83
4.6.2	Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen .....	84
4.6.3	Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap Loyalitas .....	84
4.6.4	Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas.....	85
4.6.5	Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas.....	85
4.6.6	Kualitas Produk Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen.....	86
4.6.7	Harga Berpengaruh Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen.....	86



BAB V : SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Rekomendasi .....	89
DAFTAR PUSTAKA .....	92
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	

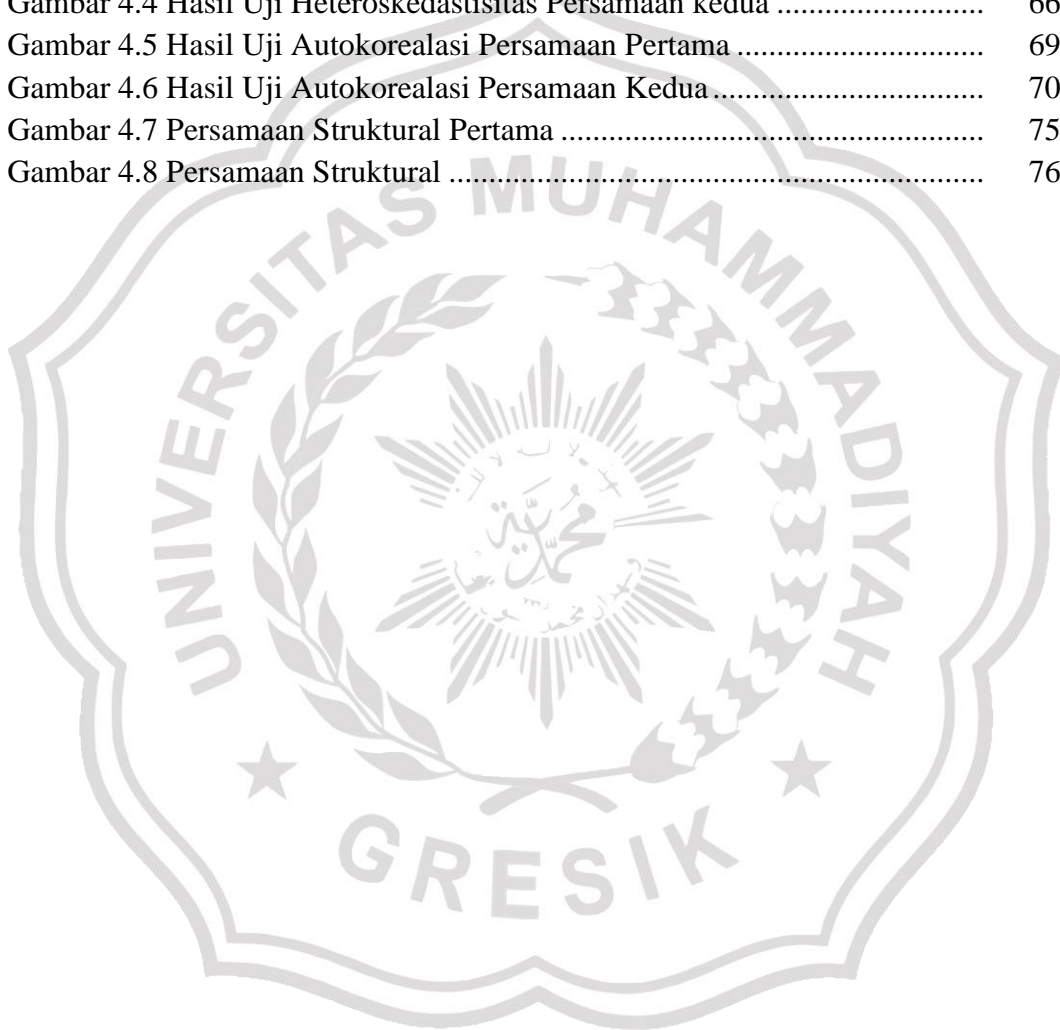


## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	10
Tabel 4.1 Kunjungan belanja.....	45
Tabel 4.2 Alamat Responden.....	46
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	46
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.5 Usia Responden .....	48
Tabel 4.6 Pendapatan Responden .....	49
Tabel 4.7 Kriteria Jawaban Responden .....	50
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	53
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas .....	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Pertama .....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas Persamaan Kedua .....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Linieritas Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk terhadap Loyalitas.....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji Linieritas Harga terhadap Loyalitas.....	72
Tabel 4.20 Hasil Uji Linieritas Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas .....	73
Tabel 4.21 Hasil <i>Model Summary</i> Jalur Persamaan Pertama .....	74
Tabel 4.22 Hasil Analisis <i>Coefficients</i> Jalur Persamaan Pertama .....	74
Tabel 4.23 Hasil <i>Model Summary</i> Jalur Persamaan Kedua.....	75
Tabel 4.24 Hasil Analisis <i>Coefficients</i> Jalur Persamaan Kedua.....	76
Tabel 4.25 Pengaruh Langsung Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	80
Tabel 4.26 Pengaruh Langsung Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	81
Tabel 4.27 Pengaruh Langsung Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas ...	81
Tabel 4.28 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Loyalitas .....	82
Tabel 4.29 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas .....	83

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 3.1 Persamaan Struktural .....	38
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Persamaan Pertama .....	62
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Persamaan Kedua.....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan Pertama.....	65
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan kedua .....	66
Gambar 4.5 Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Pertama .....	69
Gambar 4.6 Hasil Uji Autokorelasi Persamaan Kedua.....	70
Gambar 4.7 Persamaan Struktural Pertama .....	75
Gambar 4.8 Persamaan Struktural .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Penelitian.....
Lampiran 3	Freq Identitas Responden .....
Lampiran 4	Freq Jawaban Responden .....
Lampiran 5	Uji Validitas .....
Lampiran 6	Uji Reliabilitas.....
Lampiran 7	Uji Asumsi Klasik Non Linieritas .....
Lampiran 8	Uji Asumsi Klasik Linieritas .....
Lampiran 9	Uji Hpo, Uji <i>Path</i> .....
Lampiran 10	Tabel r.....
Lampiran 11	Tabel DW .....
Lampiran 12	Tabel t.....
Lampiran 13	Surat Keterangan Bebas Plagiansi.....
Lampiran 14	Hasil Cek Plagiansi .....

