

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. LANGGANAN MOTOR MANYAR-GRESIK**

SKRIPSI



Oleh:

**DIAH DEWI PAHALAWATI
NIM : 14.312.096**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. LANGGANAN MOTOR MANYAR-GRESIK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

DIAH DEWI PAHALAWATI
NIM : 14.312.096

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2019

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. LANGGANAN MOTOR MANYAR-GRESIK**

Oleh:
DIAH DEWI PAHALAWATI
NPM : 14.312.096

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 14 Januari 2019

Pembimbing I

Sukaris, SE.,M.SM
NIP : 03.110.506.119

Penguji I

Penguji II

Drs. Ec. Budiyono Pristiyadi.,MM
NIP : 03.138.909.016

Abdurrahman Faris I.H.P., SE.,M.S.M
NIP : 03.111.507.176

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen

Suwarno,S.E.,M.Si
NIP : 03.219.604.028

Anita Handayani,S.E.,M.S.M
NIP : 03.111.507.177

**PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN
PADA PT. LANGGANAN MOTOR MANYAR-GRESIK**

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 14 Januari 2019, adalah hasil karya saya. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberi pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemungkinan terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang diberikan universitas batal saya terima.

Gresik, 06 Januari 2019
Yang membuat pernyataan

Diah Dewi Pahalawati

MOTTO

Good People are Always Beautiful

PERSEMBAHAN

*Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah dan segenap
kerendahan hati
kupersembahkan karya ini agar menjadi suatu kebanggaan
bagi :*

*Ibuku HJ. Neni Setya. D, Ayahku H. Munib,
Suamiku Indra Kurniawan B.M,
Serta adik-adikku dan keluarga yang amat berharga*

*Para sahabatku Cindi Anindiya Rahayu,
dan Triana Prasetyawati*

*Terima kasih dukungan dan motivasinya dalam proses
penyusunan skripsi dan begitu banyak kenangan selama
mengikuti kuliah bersama*

Universitas Muhammadiyah Gresik

Tempat mengawali cita cita untuk menuntut ilmu

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahNya serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”.

Skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Setyo Budi, M.S Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Suwarno, SE. M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Anita Handayani, SE., M.SM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Sukaris M.SM Selaku Dosen Pembimbing.
5. Seluruh dosen dan staff karyawan Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah banyak membantu.
6. Orang Tuaku serta adik-adikku tersayang yang selalu memberikan semangat dan tiada henti memberi doa.
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen Sore Angkatan 2014 Khususnya kawan-kawan sepermainan yang memberi motivasi dan semangat yang tak lupa sahabat-sahabat saya yaitu Cindi Anindiya Rahayu, Triana Prasetiawati, Jaka Surya Adi Nugroho, Fajrin Nur Hanif terima kasih meluangkan waktu untuk memberi ilmu dan membantu penelitian ini.
8. Suamiku Indra Kurniawan B.M. yang selalu setia menemani dan memberikan motivasi dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada peneliti dan semoga skripsi ini bermanfaat.

Gresik, Oktober 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Sebelumnya	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1. Harga	13
2.2.1.1. Pengertian Harga	13
2.2.1.2. Tujuan Penetapan Harga	14
2.2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga ..	15
2.2.1.4. Indikator Penetapan Harga	16
2.2.2. Kualitas Pelayanan	16
2.2.2.1. Definisi Kualitas Pelayanan	16
2.2.2.2. Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.2.3. Nilai Pelanggan	19
2.2.4. Kepuasan Pelanggan	20
2.2.4.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	20
2.2.4.2. Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan	21
2.2.5. Loyalitas Pelanggan	22
2.2.5.1. Program Loyalitas	24
2.3 Hipotesis	24
2.4 Kerangka Konseptual	26
BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan Penelitian	27

3.2. Lokasi Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27
3.4. Identifikasi dan Devinisi Operasional Variabel	28
3.4.1. Identifikasi Variabel	28
3.4.2. Definisi Operasional Variabel	29
3.5. Pengukuran Variabel	31
3.6. Jenis dan Sumber Data	32
3.7. Teknik Pengumpulan Data	32
3.8. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	32
3.8.1. Uji Instrumen	32
3.8.1.1. Uji Validitas.....	33
3.8.1.2. Uji Reliabilitas	33
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.2.1. Uji Normalitas	34
3.8.2.2. Uji Multikolinieritas	35
3.8.2.3. Uji Autokorelasi.....	36
3.8.2.4. Uji Heterokedastisitas	36
3.9. Teknik Analisis Data	37
3.9.1. Uji Kelayakan Model	37
3.9.2. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	37
3.9.3. Uji Hipotesis.....	39

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN INTREPRESTASI HASIL

4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	44
4.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	46
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.4 Deskripsi Hasil Penelitan	47
4.4.1 Karakteristik Responden	47
4.4.2 Deskriptif Responden	48
4.5 Tanggapan Responden.....	49
4.5.1 Variabel Harga.....	49
4.5.2 Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
4.5.3 Variabel Nilai Pelanggan.....	51
4.5.4 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	52
4.5.4 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	53
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
4.6.1 Uji Validitas.....	54
4.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.7 Uji Asumsi Klasik	56
4.7.1 Uji Autokorelasi	56
4.7.2 Uji Multikolinearitas	57

4.7.3 Uji Normalitas	58
4.7.4 Uji Heteroskedastisitas	59
4.8 Teknik Analisis Data	60
4.8.1 Uji Kelayakan Model	60
4.8.2 Analisis Jalur (<i>Path</i>)	61
4.9 Uji Hipotesis	65
4.10 Interpretasi Hasil	68
BAB V : KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1. Kesimpulan	73
5.2. Rekomendasi	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN – LAMPIRAN	

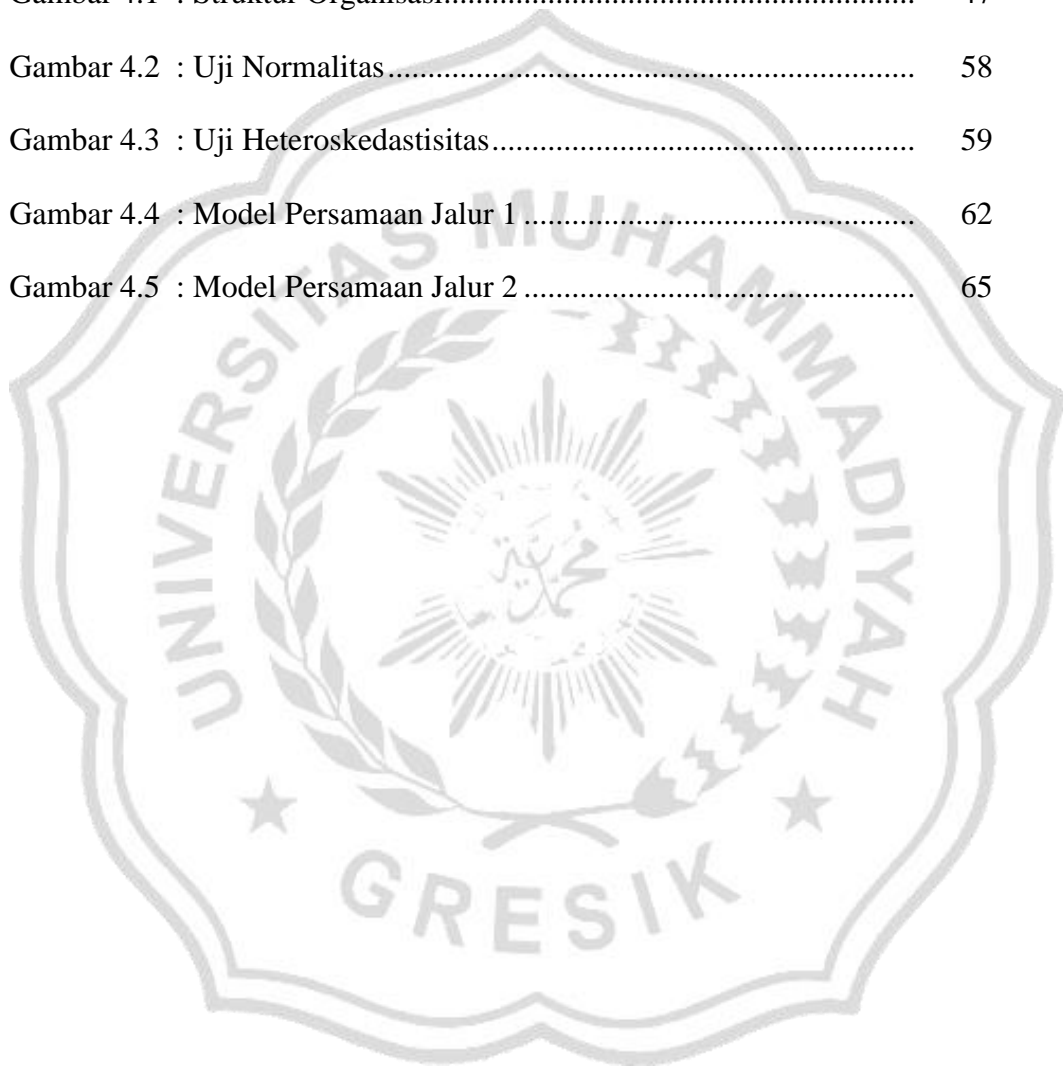


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
Tabel 4.3 : Skala Kriteria.....	49
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Harga.....	49
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Nilai Pelanggan.....	51
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan	53
Tabel 4.9 : Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	55
Tabel 4.10 : Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian...	56
Tabel 4.11 : Nilai Durbin Watson.....	57
Tabel 4.12 : Koefisien <i>Tolerance Value</i> dan VIF	57
Tabel 4.13 : Uji Kelayakan Model.....	60
Tabel 4.14 : Persamaan Jalur 1.....	61
Tabel 4.15 : Persamaan Jalur 1 R Square.....	62
Tabel 4.16 : Persamaan Jalur 2.....	63
Tabel 4.17 : Persamaan Jalur 2 R Square.....	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Grafik Penurunan Pelanggan.....	5
Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3.1 : Variabel Moderasi.....	42
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.2 : Uji Normalitas.....	58
Gambar 4.3 : Uji Heteroskedastisitas.....	59
Gambar 4.4 : Model Persamaan Jalur 1.....	62
Gambar 4.5 : Model Persamaan Jalur 2.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Kuisisioner

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Data Statistik (SPSS)

Lampiran 5 : Tabel r

Lampiran 6 : Tabel t

Lampiran 7 : Tabel Durbin Watson

Lampiran 8 : Berita Acara Bimbingan Skripsi



Diah Dewi Pahalawati, 14312096, **Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada PT. Lngganan Motor Manyar-Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 06 Januari 2019.

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan pada PT. Lngganan Motor Manyar-Gresik. Sampel menggunakan metode *Sampling Purposive* dengan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu sebanyak 100 orang pelanggan. Teknik analisis data menggunakan *Path Analysis*. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh secara langsung antara Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tidak ada pengaruh secara langsung juga terjadi antara Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Namun, Nilai Pelanggan menunjukkan terjadi pengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan. Dan apabila ketiga variabel (Harga, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan) dihubungkan terlebih dahulu melalui Kepuasan Pelanggan, terjadi pengaruh secara tidak langsung antara Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas dan untuk Harga tetap tidak terjadi pengaruh secara langsung atau tidak langsung terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Lngganan Motor Manyar-Gresik.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Diah Dewi Pahalawati, 14312096, Effect of Price, Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction in Establishing Customer Loyalty at PT. Manyar-Gresik Motorbike Subscriptions, Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, January 6, 2019.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Price, Service Quality and Customer Value on Customer Satisfaction in Establishing Customer Loyalty at PT. Langgan Motor Manyar-Gresik.. The sample uses Purposive Sampling with a sampling technique with certain considerations as many as 100 customers. Data analysis techniques use Path Analysis. The results of the analysis show that there is no direct influence between Price, Service Quality, and Customer Value on Customer Satisfaction. There is no direct effect also occurs between Price and Service Quality on Customer Loyalty. However, Customer Value shows a direct influence on Customer Loyalty. And if the three variables (Price, Service Quality, and Customer Value) are connected first through Customer Satisfaction, there is an indirect effect between Service Quality and Customer Value on Loyalty and for the Price there is no direct or indirect influence on Customer Loyalty in PT. Langgan Motor Manyar-Gresik.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

