

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI PADA BORN FIT THAMRIN JAKARTA PUSAT)**

SKRIPSI

WENDI

21150600003



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2019**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BORN FIT THAMRIN JAKARTA PUSAT)

Yang telah disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 03 Maret 2020



WENDI
NPM 21150600003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BORN FIT
THAMRIN JAKARTA PUSAT)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Rama Chandra, SE, ME. Dan diketahui oleh kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

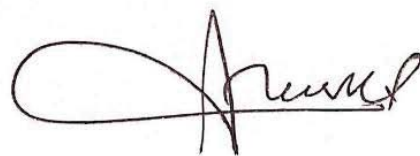
Jakarta, 03 Maret 2020

Pembimbing,

Ketua Program Studi S-1 Manajemen,



Rama Chandra, SE, ME.



Drs. Sumitro, MSc

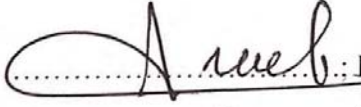


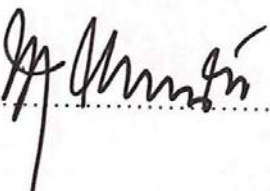
HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BORN FIT
THAMRIN JAKARTA PUSAT)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 12 Maret 2020 dengan nilai **B+**

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.Sc.
(Kepala Program S-1 Manajemen)
2. ; Rama Chandra, SE, ME.
(Pembimbing)
3. ; Dr. Jusuf Hariyanto, M.Sc
(Anggota Penguji 1)
4. ; Dr. Budiono, M.Sc
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

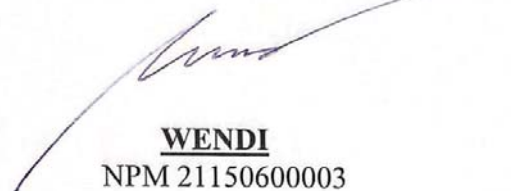
Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEDI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Si. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
2. Bapak Rama Chandra, SE, ME. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini serta membantu mengolah data pada penelitian ini.
3. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
4. Pihak PT. Borneo Lumbang Energi dan Metal, TBK yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
5. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral kepada penulis.
6. Sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini seperti: Novita Nurul, Fredrico L. Rumambi, dan Eka Widya Astuti.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 03 Maret 2020



WENDI
NPM 21150600003

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wendi
NPM : 21150600003
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BORN FIT THAMRIN JAKARTA PUSAT)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 03 Maret 2020

Yang menyatakan,



Wendi

Wendi
NPM: 21150600003
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Rama Chandra, SE, ME

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA BORN FIT THAMRIN
JAKARTA PUSAT)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di Born Fit Thamrin Jakarta pusat. Kepuasan pelanggan dan harga sebagai variabel dependen, sedangkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan sebagai variabel independen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan *software WarpPLS* 6.0. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh member Born Fit yang telah terdaftar pada tahun 2019. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, dengan pertimbangan yaitu responden telah menjadi member Born Fit setidaknya 1 (satu) bulan pada tahun 2019. Jumlah sampel yang diberikan kuesioner untuk dilakukan observasi adalah sebanyak 98 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, Harga, Kepuasan konsumen, Loyalitas pelanggan

Wendi
NPM: 21150600003
Program Studi S1 Manajemen

Supervisor:
Rama Chandra, SE, ME

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY (CASE STUDY AT BORN FIT THAMRIN, CENTRAL JAKARTA)

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the dimensions of service quality, price on customer satisfaction and loyalty at Born Fit Thamrin, central Jakarta. Customer satisfaction and price are the dependent variable, while satisfaction and customer loyalty are the independent variables.

This research uses a quantitative approach that is analyzed using Partial Least Square (PLS) with WarpPLS 6.0 software. The population of this study are all Born Fit members who have registered in 2019. The sample is determined based on the purposive sampling method, with the consideration that the respondent has been a Born Fit member for at least 1 (one) month in 2019. The number of samples given the questionnaire for observation is 98 respondents

The results of this study indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction, service quality has a significant effect on customer loyalty, price has a significant effect on customer satisfaction, price has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service quality, Price, Customer satisfaction, Customer loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Kualitas Pelayanan.....	11
2.2.1.1. Prinsip Kualitas Pelayanan	11
2.2.1.2. Faktor-Faktor Kurangnya Kualitas Pelayanan	13
2.2.1.3. Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan ...	15
2.2.2. Harga.....	15
2.2.2.1. Persepsi Harga	16
2.2.2.2. Strategi Penetapan Harga	16
2.2.2.3. Peranan Harga	17
2.2.2.4. Metode Penetapan Harga.....	17
2.2.2.5. Tujuan Penetapan Harga.....	18
2.2.2.6. Strategi Penyesuaian Harga.....	19
2.2.2.7. Indikator Harga.....	22
2.2.3. Kepuasan Konsumen	22
2.2.3.1. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.3.2. Strategi Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.3.3. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	24
2.2.3.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	25
2.2.3.5. Indikator Kepuasan Konsumen	26
2.2.4. Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.4.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	27
2.2.4.2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	28
2.2.4.3. Tahapan Loyalitas	28
2.2.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan	30

2.3. Karakteristik Variabel Penelitian	31
2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas... ..	32
2.3.3. Pengaruh Langsung Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.3.4. Pengaruh Langsung Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3.5. Pengaruh Langsung Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas pelanggan.....	33
2.3.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3.7. Pengaruh Harga Secara Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen	34
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	34

BAB III METODA PENELITIAN 36

3.1. Strategi Penelitian	36
3.2. Populasi dan Sampel	36
3.2.1. Populasi Penelitian	36
3.2.2. Sampel Penelitian	36
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	37
3.3.1. Metoda Pengumpulan Data.....	38
3.4. Operasionalisasi Variabel	39
3.5. Metoda Analisis Data	41
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	41

3.5.1.1 Deskripsi Responden	41
3.5.1.2 Analisi Index Persepsi	42
3.5.2. Analisi Jalur	43
3.5.2.1 Analisi <i>Outer Model</i>	45
3.5.2.2 Analisi <i>Inner Model</i>	46
3.5.2.3 Uji Hipotests	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	49
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.1.1. Visi PT. Borneo Lumbung Energi dan Metal .TBK	49
4.1.1.2. Misi PT. PT. Borneo Lumbung Energi dan Metal .TBK	49
4.2. Deskripsi Responden	50
4.2.1. Deskripsi Jawaban Responden	50
4.3. Deskripsi Variabel	52
4.3.1. Indeks Persepsi Kualitas Pelayanan.....	52
4.3.2. Indeks Persepsi Harga.....	54
4.3.3. Indeks Persepsi Kepuasan Konsumen	55
4.3.4. Indeks Persepsi Loyalitas Pelanggan.....	56
4.4. Analisi Jalur	57
4.4.1. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	57
4.4.1.1. Indikator Reflektif	57
4.4.2 Analisi (<i>Inner Model</i>)	59
4.4.3 Uji Hipotesis dan Analisi Pengaruh Langsung.....	61
4.4.4 Uji Hipotesis dan Analisi Pengukuran Tidak Langsung.....	66

	Halaman
4.5. Rangkuman Hasil Penelitian	68
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	70
DAFTAR REFERENSI	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Kualitas Pelayanan	39
Tabel 3.2. Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Harga	39
Tabel 3.3. Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Kepuasan Konsumen	40
Tabel 3.4. Definisi Variabel, Indikator, Sub Indikator Loyalitas Pelanggan	40
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan	50
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia dan Pekerjaan	51
Tabel 4.3. Indeks Persepsi <i>Skor</i> Rata-rata Variabel Kualita Pelayanan .	53
Tabel 4.4. Indeks Persepsi konsumen Terhadap Kualita Pelayanan	53
Tabel 4.5. Indeks Persepsi <i>Skor</i> Rata-rata Variabel Harga	54
Tabel 4.6. Indeks Persepsi konsumen Terhadap Harga.....	54
Tabel 4.7. Indeks Persepsi <i>Skor</i> Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
Tabel 4.8. Indeks Persepsi konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen ..	56
Tabel 4.9. Indeks Persepsi <i>Skor</i> Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 4.10. Indeks Persepsi konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan...	57
Tabel 4.11. Nilai <i>Loading</i> Variabel Reflektif.....	58

	Halaman
Tabel 4.12. Nilai <i>Composite Reability</i>	58
Tabel 4.13. <i>Correlation Among Latent Variabels and errors</i>	59
Tabel 4.14. Model <i>Fit Index</i>	60
Tabel 4.15. <i>R Squared Contribution</i>	61
Tabel 4.16. <i>Direct Effect</i> Hipotesis 1	63
Tabel 4.17. <i>Direct Effect</i> Hipotesis 2	63
Tabel 4.18. <i>Direct Effect</i> Hipotesis 3	64
Tabel 4.19. <i>Direct Effect</i> Hipotesis 4	64
Tabel 4.20. <i>Direct Effect</i> Hipotesis 5	65
Tabel 4.21. <i>Effect Size</i> Hipotesis 6.....	66
Tabel 4.22. <i>Effect Size</i> Hipotesis 7	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Laporan Keuangan Born Fit	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4.1 Model Penelitian	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuesioner	74
Lampiran 2. Tabulasi Jawaban responden	77
Lampiran 3. Hasil Olah Data <i>WarpPLS 6.0</i>	79
Lampiran 4. Lembar Konsultasi Ilmiah	81
Lampiran 5. Surat Riset Penelitian Dari Perusahaan	83
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	84