

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

SKRIPSI

**MEGA DINIYATI SALEHA
2112000016**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

yang 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, April 2020



MEGA DINIYATI SALEHA
NPM 2112000016

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

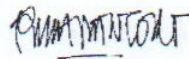
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Gatot Prabantoro, SE., MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, April 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Gatot Prabantoro, SE., MM.



Drs. Sumitro, MSc

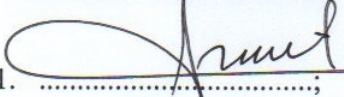
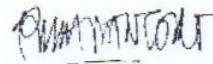


HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN**
(Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Fkonomi pada tanggal 15 April 2020 dengan nilai _

Panitia Ujian Karva ilmiah

1. ; Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Gatot Prabantoro, SE., MM.
(Pembimbing)
3. ; Drs. Subekti S Hadi, MSc
(Anggota Penguji)
4. ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah 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 Gatot Prabantoro, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Bapak Drs Drs. Subekti S Hadi, MSc dan Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Dr. Anhar, M.Sc., SE., Ak., CA selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Bapak dan Mama yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat kepada anaknya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Putu Chandra Mahariyasa yang sudah memberikan doa, materi, dukungan dan semangat kepada istrinya dalam menyelesaikan skripsi.
9. Putu Adam Shane Mahariyasa yang sudah memberikan doa, dukungan dan semangatnya kepada maminya dalam menyelesaikan skripsi.
10. Nia, a'Adi dan Daffa Khairan yang selalu memberikan doa dan dukungan

untuk penulis.

11. Ibu Annis Kandriasari, S.Pd., M.Pd. beserta karyawan – karyawan *Cafe Terrace* yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
12. Uni Ika, Mutiara, dan Raden sahabat seperjuangan yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis.
13. Semua pihak yang mendukung yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan saran.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, April 2020

MEGA DINIYATI SALEHA

NPM 2112000016

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 : MEGA DINIYATI SALEHA
NPM : 2112000016
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 karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : April 2020

Yang menyatakan,

ttd

Mega Diniyati Saleha

Mega Diniyati Saleha
NPM : 2112000016
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Gatot Prabantoro, SE., MM

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan mahasiswa Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta semester 2019/2020 sebanyak 3815 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 362 berdasarkan rumus *Slovin*.

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan kualitas pelayanan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana H_1 diterima, persepsi harga berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana H_2 diterima, kualitas produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana H_3 diterima, kualitas pelayanan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana H_4 diterima, persepsi harga berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana H_5 diterima, kualitas produk berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana H_6 diterima, kepuasan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dimana H_7 diterima, kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*, dimana H_8 diterima, persepsi harga berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*, dimana H_9 diterima, kualitas produk berpengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan pada *Cafe Terrace* Fakultas Teknik di Universitas Negeri Jakarta sebagai variabel *intervening*, dimana H_{10} diterima.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, persepsi harga, kualitas produk, kepuasan loyalitas pelanggan

Mega Diniyati Saleha

NPM : 2112000016

Programme Study S-1 Management

Advisor :

Gatot Prabantoro, SE., MM

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY TO CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY (Case Study at Cafe Terrace Faculty of Engineering at Jakarta State University)

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of service quality, price perception and product quality on customer satisfaction and loyalty at the Faculty of Engineering Cafe Terrace at Jakarta State University.

The method used in this study is a quantitative associative research method with a survey approach. The population in this study were customers of the Faculty of Engineering at State University of Jakarta in 2019/2020 as many as 3815 students. The sample used was 362 based on the Slovin formula.

Based on the analysis of the results and discussion of service quality has a direct positive and significant influence on customer satisfaction, where H1 is accepted, price perception has a direct positive and significant influence on customer satisfaction, where H2 is received, product quality has a positive and significant direct influence on customer satisfaction, where H3 is received , service quality has a positive and significant direct influence on customer loyalty, where H4 is accepted, price perception has a positive and significant direct influence on customer loyalty, where H5 is accepted, product quality has a positive and significant direct influence on customer loyalty, where H6 is received, satisfaction has a positive direct influence and significant to customer loyalty, where H7 is accepted, service quality has an indirect and positive significant influence on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, where H8 is accepted, perception price positive and significant indirect influence on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, where H9 is accepted, product quality has a positive and significant indirect influence on customer loyalty with customer satisfaction at the Cafe Terrace Faculty of Engineering at Jakarta State University as an intervening variable, where H10 be accepted.

Keywords: Service quality, price perception, product quality, 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	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori	17
2.2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	17
2.2.2. Kualitas Pelayanan.....	18
2.2.3. Persepsi Harga	21
2.2.4. Kualitas Produk.....	22
2.2.5. Kepuasan Pelanggan	26
2.2.6. Loyalitas Pelanggan	28
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	31

	Halaman
2.3.1. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	31
2.3.2. Pengaruh langsung persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.....	32
2.3.3. Pengaruh langsung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.....	32
2.3.4. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	33
2.3.5. Pengaruh langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan.....	33
2.3.6. Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	34
2.3.7. Pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas pelanggan	34
2.3.8. Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.....	35
2.3.9. Pengaruh tidak langsung persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	36
2.3.10. Pengaruh tidak langsung kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	36
2.4. Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	37
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	38
BAB III METODA PENELITIAN.....	39
3.1. Strategi Penelitian.....	39
3.2. Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1. Populasi penelitian.....	39
3.2.2. Sampel penelitian	40
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	42
3.4. Operasionalisasi Variabel	43
3.5. Metoda Analisis Data.....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	57
4.2. Deskripsi Responden	59
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	61
4.3.1. Uji validitas.....	61
4.3.2. Uji reliabilitas	62
4.4. Deskripsi Data	63
4.5. Analisis Statistik Data.....	67
4.5.1. Analisis jalur (model sub struktur dan koefisien jalur) ..	67
4.5.2. Uji hipotesis	74
4.6. Temuan Hasil Penelitian	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1. Simpulan	88
5.2. Saran	89
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	91
DAFTAR REFERENSI	92
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan (Omset) Café Terrace Tahun 2013-2018.....	7
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert.....	43
Tabel 3.2. Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
Tabel 4.1. Data Responden.....	59
Tabel 4.2. Hasil Keseluruhan Uji Validitas.....	62
Tabel 4.3. Hasil Keseluruhan Uji Realibilitas.....	63
Tabel 4.4. Koefisien Persamaan Struktural Sub Struktur 1.....	66
Tabel 4.5. Koefisien Determinasi.....	67
Tabel 4.6. Koefisien Persamaan Struktural Sub Struktur 2.....	69
Tabel 4.7. Koefisien Determinasi.....	70
Tabel 4.8. Interpretasi Hasil Penelitian Sub Struktur 1 dan Sub Struktur 2....	74
Tabel 4.9. Pengujian Hipotesis Sub Struktur 1.....	75
Tabel 4.10. Pengujian Hipotesis Sub Struktur 2.....	77
Tabel 4.11. Output Sobel Test Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	80
Tabel 4.12. Output Sobel Test Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel 4.13. Output Sobel Test Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	81
Tabel 4.14. Hasil Rangkuman Hipotesis Penelitian.....	82

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening.....	38
Gambar 3.1 Sub Struktur 1 dan Sub Struktur 2.....	50
Gambar 3.2 Pengaruh X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Z (Sub Struktur 1)	51
Gambar 3.3 Pengaruh X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Z (Sub Struktur 2)	53
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan	64
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Harga.....	65
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Produk.....	65
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan.....	66
Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan	66
Gambar 4.6 Pengaruh X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Z (Sub Struktur 1)	69
Gambar 4.7 Pengaruh X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Z (Sub Struktur 2)	71
Gambar 4.7 Pengaruh X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Z	72

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_1).....	101
Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X_2)	109
Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_3).....	117
Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	125
Lampiran 6. Tabulasi Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	134
Lampiran 7. Tabulasi Data Berpasangan.....	142
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan, Variabel Persepsi Harga, Variabel Kualitas Produk Variabel Kepuasan Pelanggan dan Variabel Loyalitas Pelanggan	154
Lampiran 9. Deskripsi Data	155
Lampiran 10. Pengujian Analisa Jalur Model 1	156
Lampiran 11. Pengujian Analisa Jalur Model 2.....	157
Lampiran 12. Surat Keterangan Riset.....	158
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	159