

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)**

SKRIPSI

**AFZALUR ROCHIM
21150500353**



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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)**

SKRIPSI

**AFZALUR ROCHIM
21150500353**



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

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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 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, 29 Februari 2020



AFZALUR ROCHIM
NPM 21150500353

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Imelda Aprileny, SE., MM, dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 29 Februari 2020

Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE., MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



A. Muhammad Kharidya CAHASE
Drs. Sumitro, M.Sc # Acc 09/12/2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 11 Maret 2020 dengan nilai B+

Panitia Ujian Skripsi

1. *A.N. M. Ramadhani, BSc, MSc* ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. *[Signature]* ; Imelda Aprileny, SE., MM
(Pembimbing)
3. *[Signature]* ; (Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc)
4. *Mega* ; (Hj. Megayani, SE., ME)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), 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. Imelda Aprileny, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Drs. Subekti Singgih Hadi, M.Sc dan Hj. Megayani, SE., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Terimakasih untuk Prodi Manajemen yang selalu menyemangati untuk segera menyelesaikan skripsi.
4. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Segenap siswa/siswi SMA AL AZHAR 4 Kemang Pratama, Bekasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua yang tak pernah putus memberikan doa, kasih sayang, dan tidak lupa kepada kaka saya yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk terus berjuang.
8. Fika Khoeriah yang selalu memberikan semangat, doa, kasih sayang serta dukungan moral-material dengan penuh keikhlasan yang begitu besar untuk saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Teman dari semester 1 dan seperjuangan yang selalu menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini (Beni Aditya S, Wahyu, Sigit, Rizky, Edy, Krisman, Irfan, Nurfitriyani, Tri Endah, Devy, Jeklin).
10. Segenap teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Indonesia (STEI) khususnya kelas Reguler Pagi Manajemen Bekasi Angkatan 2015 dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih sebanyak-banyaknya atas masukan-masukan yang membangun dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

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

Jakarta, 29 Februari 2020



AFZALUR ROCHIM
NPM 21150500353

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Afzalur Rochim
NPM : 21150500353
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN**

(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)

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 skripsi 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 : 29 Februari 2020

Yang menyatakan,



Afzalur Rochim

Afzalur Rochim
NPM : 21150500353
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Imelda Aprileny, SE., MM

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Pelanggan Grab Bike SMA Islam Al-Azhar 4)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada siswa/siswi SMA Islam Al Azhar 4.

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif yang diukur dengan menggunakan metoda analisis jalur dengan SPSS 22.00. Populasi dari penelitian ini adalah siswa/siswi SMA Islam Al Azhar 4 Kemang Pratama, Bekasi, dengan jumlah sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan dua metode, yaitu riset kepustakaan dan studi lapangan dengan menyebarkan kuesioner..

Hasil penelitian membuktikan bahwa 1). Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan. 2). Pengaruh langsung harga terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan. 3). Pengaruh langsung kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan tidak berpengaruh secara signifikan. 4). Pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan. 5). Pengaruh langsung harga terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan. 6). Pengaruh langsung kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan signifikan. 7). Pengaruh langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan tidak signifikan. 8). Pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan tidak signifikan. 9). Pengaruh tidak langsung harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan tidak signifikan. 10). Pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan tidak signifikan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Name : Afzalur Rochim

Advisor:

NPM : 21150500353

Imelda Aprileny, SE., MM

Bachelor of Management Study Program

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(Study of Al-Azhar 4 Islamic High School Grab Bike Customers)**

ABSTRACT

The aim of this study was to find out how much influence the quality of service, price and trust in customer loyalty through customer satisfaction in students of Al Azhar 4 Islamic High School.

This study uses an associative research strategy that is measured using the path analysis method with SPSS 22.00. The population of this study is the students of Al Azhar 4 Islamic High School Kemang Pratama, Bekasi, with a total of 100 respondents. The data used in this study are primary data. Data collection techniques used two methods, namely library research and field studies by distributing questionnaires.

The results of the study prove that 1). The direct effect of service quality on customer satisfaction has a significant effect. 2). The direct effect of price on customer satisfaction does not significantly influence. 3). The direct effect of trust on customer satisfaction is not significant. 4). The direct effect of service quality on customer loyalty has a significant effect. 5). The direct effect of price on customer loyalty has a significant effect. 6). The direct effect of trust on customer loyalty is significant. 7). The direct effect of customer satisfaction on customer loyalty is not significant. 8). The indirect effect of service quality on customer loyalty through customer satisfaction is not significant. 9). The indirect effect of prices on customer loyalty through customer satisfaction is not significant. 10). The indirect effect of trust on customer loyalty through customer satisfaction is not significant.

Keywords: Service Quality, Price, Trust, customer satisfaction and customer loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	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.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Kualitas Pelayanan	14
2.2.2. Harga	15
2.2.3. Kepercayaan	19
2.2.4. Kepuasan Pelanggan	21
2.2.5. Loyalitas Pelanggan..	22
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	24
2.4. Pengembangan Hipotesis	31
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	33

BAB III METODA PENELITIAN	34
3.1. Strategi Penelitian	34
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi penelitian	34
3.2.2 Sampel penelitian	34
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	35
3.3.1 Sumber data.....	35
3.3.2 Metode pengumpulan data	36
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	36
3.5. Metoda Analisis Data	40
3.5.1 Uji Validitas	40
3.5.2 Uji Realibilitas	41
3.5.3 Analisis statistik data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2. Deskripsi Responden.....	50
4.2.1. Karakteristik Responden	50
4.2.2. Deskripsi Data	52
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	56
4.3.1. Uji Validitas	56
4.3.2. Uji Reabilitas.....	59
4.4. Analisis Statistik Data	60
4.4.1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	60
4.4.2. Perhitungan hasil analisis jalur	65
4.5. Pengujian hipotesis	67
4.5.1. Pengujian hipotesis pengaruh secara langsung	67
4.5.2. Pengujian hipotesis pengaruh secara tidak langsung ...	70
4.6. Temuan Hasil penelitian	73

	Halaman
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1. Simpulan.....	79
5.2. Saran.....	80
DAFTAR REFERENSI	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Alternatif jawaban responden	37
Tabel 3.2. Kisi-kisi instrumen variabel kualitas pelayanan (X_1)	38
Tabel 3.3. Kisi-kisi instrumen variabel harga (X_2)	39
Tabel 3.4. Kisi-kisi instrumen variabel kepercayaan (X_3).....	39
Tabel 3.5. Kisi-kisi instrumen variabel kepuasan pelanggan (Y).....	39
Tabel 3.6. Kisi-kisi instrumen variabel loyalitas pelanggan (Z).....	40
Tabel 4.1. Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
Tabel 4.2. Data responden berdasarkan usia.....	50
Tabel 4.3. Deskripsi responden berdasarkan penggunaan	51
Tabel 4.4. Validitas Instrumen per butir untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	56
Tabel 4.5. Validitas Instrumen per butir untuk variabel Harga (X_2)	57
Tabel 4.6. Validitas Instrumen per butir untuk variabel Kepercayaan (X_3)	
Tabel 4.7. Validitas Instrumen per butir untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	58
Tabel 4.8. Validitas Instrumen per butir untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Z).....	59
Tabel 4.9. Hasil Uji reabilitas	59
Tabel 4.10. Coefficient Sub Struktur 1	60
Tabel 4.11. Variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan	61
Tabel 4.12. Coefficient Sub Struktur 2	63
Tabel 4.13. Variabel Kualitas Pelayanan, Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Perbandingan harga grab dan gojek.....	3
Gambar 2.1. Analisis jalur pengaruh langsung	33
Gambar 2.2. Analisis jalur pengaruh tidak langsung	33
Gambar 3.1. Analisis jalur pengaruh langsung model struktural 1	42
Gambar 3.2. Analisis jalur pengaruh langsung model struktural 2	44
Gambar 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	52
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga (X_2)	53
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Kepercayaan (X_3)	54
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	54
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	55
Gambar 4.6. Diagram Sub Struktur 1	62
Gambar 4.7. Diagram Sub Struktur 2	64
Gambar 4.8. Hasil Perhitungan Sobel Test 1	71
Gambar 4.9. Hasil Perhitungan Sobel Test 2	72
Gambar 4.10. Hasil Perhitungan Sobel Test 3.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2. Skor Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	90
Lampiran 3. Skor Kuesioner Variabel Harga (X_2)	93
Lampiran 4. Skor Kuesioner Variabel Kepercayaan (X_3)	96
Lampiran 5. Skor Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	99
Lampiran 6. Skor Kuesioner Variabel Loyalitas Pelanggan (Z)	102
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)	105
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	108
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3)	108
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Z)	109
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	109
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas	110
Lampiran 13. Hasil Uji Persamaan Struktural 1	111
Lampiran 14. Hasil Uji Persamaan Struktural 2	112
Lampiran 15. Hasil Uji Sobel	113
Lampiran 16. Daftar Riwayat Hidup	114

