

**PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)

SKRIPSI

FEBRI PUTERA PERDANA

21180000238



PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA JAKARTA

JAKARTA

2022

**PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)**

SKRIPSI

FEBRI PUTERA PERDANA

21180000238



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

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI EKONOMI INDONESIA JAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur duplikasi, tiruan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 22 Juli 2022



Febri Putera Perdana

NPM 21180000238

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)

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 Ibu Imelda Aprileny, SE, ME 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, 22 Juli 2022

Pembimbing



Imelda Aprileny, SE, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., MSc

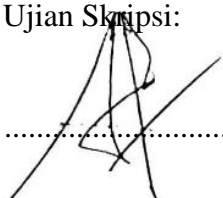
HALAMAN PENGESAHAN

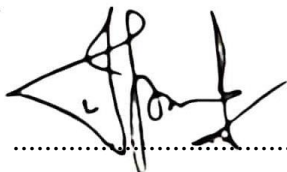
Skripsi dengan judul :

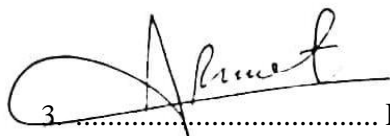
PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN (Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)


telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal Februari 2022 dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi:

1.  Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  Imelda Aprileny, SE., ME
(Pembimbing)

3.  Drs Sumitro, M.Sc
(Penguji I)

4.  Lina Noersanti, S.Si., M.Si
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji penelitian panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 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 terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Imelda Aprileny, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan memotivasi dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Drs Sumitro, M.Sc dan ibu Lina Noersanti, S.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan saran dan kritikan selama proses siding.
3. Bapak M. Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak H. Agustian Burda, BBSA, MBA selaku ketua Yayasan Pendidikan Fatahilah Jakarta.
5. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya
7. Kedua orang tua saya Bapak Heri Mukti Lesmana dan Ibu Marhayani serta keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang yang tiada batasnya dan selalu memberikan bantuan dukungan material dan moral serta memberikan semangat untuk kesuksesan anaknya kapanpun dan dimanapun berada.

8. Teman-teman seperjuangan di jenjang Starata S-1 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah banyak berbagi cerita dan juga mendukung kemajuan penulis dalam pembuatan skripsi ini. Terimakasih atas semua kontribusi kalian dan semoga kebaikan kalian semua mendapatkan rahmat dengan balasan pahala dan nikmat yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.
9. Om Bajideh selaku pemilik dari Power Gym Jakarta Utara yang telah memberikan kesempatan untuk menggunakan tempat fitness nya sebagai penelitian.
10. Seluruh rekan-rekan fitnesmania yang sudah memberikan dukungan kepada saya dalam menulis skripsi
11. Wacana Boys yang sudah selalu mendengarkan segala keluhan saya dalam penulisan skripsi ini.
12. Serta berbagi pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan 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.

Peneliti sangat menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen pada umumnya serta bagi pihak lain yang membutuhkan. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 22 Juli 2022

Febri Putera Perdana

NPM 21180000238

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

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

Nama : Febri Putera Perdana

NPM 21150000238

Program Studi : S-1 Manajemen

Jenis Karya : Skripsi

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

**PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN**

(Studi Konsumen Power Gym, Jakarta Utara)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia, 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 : 22 Juli 2022

Yang menyatakan

Febri Putera Perdana

Febri Putera Perdana

Dosen Pembimbing

21150000238

Imelda Aprileny, SE, ME

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH FASILITAS DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
KONSUMEN**

(STUDI KONSUMEN POWER GYM, JAKARTA UTARA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh fasilitas dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Variabel X_1 Fasilitas, X_2 Persepsi Harga, Z Kepuasan Konsumen, dan Y Loyalitas Pelanggan Penelitian dilakukan di Power Gym Jakarta Utara dengan sampel sebanyak 100 orang. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner kepada responden. Metode statistik data yang digunakan adalah analisis jalur dan analisis regresi berganda dengan aplikasi pengolahan data Smart PLS versi 3.0

Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen tidak memediasi persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh fasilitas terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Pengaruh Fasilitas, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan

Febri Putera Perdana

Supervisor :

21150000238

Imelda Aprileny, SE, ME

Programme Study S-1 Management

**THE EFFECT OF FACILITY AND PRICE PERCEPTION ON
CONSUMER LOYALTY MEDIATED BY CONSUMER
SATISFACION**

(CONSUMER STUDY OF POWER GYM, NORTH JAKARTA)

ABSTRACT

This study aims to investigate whether consumer satisfaction acts as an intermediary variable between the effect of facilities and price perceptions on customer loyalty.

In this study, associative research and a quantitative methodology are used. Facilities, price perception, consumer satisfaction, and customer loyalty are the four factors. 100 participants were chosen for the study, which was done at the North Jakarta Power Gym. Using a survey to ask respondents, data was gathered for this study. With the Smart PLS version 3.0 data processing application, statistical methods of data are path analysis and multiple regression analysis.

Based on the results and discussion, it shows that facilities have a positive effect on customer loyalty, facilities have a positive effect on customer satisfaction, price perceptions have a positive effect on customer loyalty, price perceptions have a positive effect on consumer satisfaction, the influence of consumer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, consumer satisfaction does not mediate perceptions price on customer loyalty, customer satisfaction does not mediate the effect of facilities on customer loyalty.

Keywords: Facility Effect, Price Perception, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL COVER LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM COVER	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNUTK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1,1 Latar Belakang Masalah	1
12.2	Ru
musan Masalah	6
12.3	Tuj
uan Penelitian.....	6
12.4	Man
faat Penelitian	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengaruh Fasilitas	8
2.1.2 Persepsi Harga	9
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	12
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	13
2.2 Review Antar Variabel Penelitian	15
2.3 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	22
2.3.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.4 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3.5 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.3.6 Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.7 Pengaruh Persepsi Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	24
2.4 Hipotesis	25
2.5 Kerangka Konseptual.....	27

BAB III KAJIAN PUSTAKA

3.1 Strategi Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Operasional Variabel	30
3.5 Metode Analisis Data	32
3.5.1 Statistik Deskriptif	32

3.5.2 Analisis Jalur	34
----------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	39
4.2 Analisis Statistika Deskriptif	39
4.2.1 Deskriptif Responden	39
4.3 Analisis Statistika Data.....	41
4.3.1 Skema Model Partial Least Square (PLS)	41
4.3.2 Analisis Outer Model.....	43
4.3.3 Analisis Inner Model	47
4.4 Pembahasan	51
4.5 Penemuan Hasil Penelitian	53
4.5.1 Hipotesis 1: Pengaruh Fasilitas Berpengaruh Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
4.5.2 Hipotesis 2: Pengaruh Fasilitas Berpengaruh Lsngasung Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54
4.5.3 Hipotesis 3: Persepsi Harga Berpengaruh Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan	55
4.5.4 Hipotesis 4: Persepsi Harga Berpengaruh Langsung Terhadap Kepuasan Konsumen.....	55
4.5.5 Hipotesis 5: Kepuasan Konsumen Berpengaruh Langsung Terhadap Loyalitas Pelanggan	56
4.5.6 Hipotesis 6: Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	57
4.5.7 Hipotesis 7: Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	57

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	59
--------------------	----

5.2 Saran.....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert	29
Tabel 3.2 Indikator Fasilitas.....	31
Tabel 3.3 Indikator Harga	31
Tabel 3.4 Indikator Kepuasan Konsumen.....	31
Tabel 3.5 Indikator Loyalitas Pelanggan	32
Tabel 4.1 Profil Responden.....	40
Tabel 4.2 Outer Model	43
Tabel 4.3 Cross Loading	44
Tabel 4.4 Average Variance Extracted (AVE)	46
Tabel 4.5 Composite Reliability	46
Tabel 4.6 Cronbach's Alpha.....	47
Tabel 4.7 Nilai R Square	48
Tabel 4.8 T-Statistics dan P-Values	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	26
Gambar 4.1 – Outer Model	42
Gambar 4.2 – Inner Model	42

LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuisioner Penelitian	66
Lampiran 1.2 Tabulasi Pengaruh Fasilitas (X1)	71
Lampiran 1.3 Tabulasi Persepsi Harga (X2)	75
Lampiran 1.4 Tabulasi Kepuasan Konsumen (Z)	78
Lampiran 1.5 Tabulasi Loyalitas Pelanggan (Y)	81
Lampiran 1.6 Hasil Output SMARTPLS	86
Lampiran 1.7 Convergen Validity	87
Lampiran 1.8 Discriminant Validity	88
Lampiran 1.9 Average Variance Extracted (AVE)	89
Lampiran 1.10 Composite Reliability	89
Lampiran 1.11 Cronbach Alpha	89
Lampiran 1.12 Uji Model (Goodness of Fit)	90
Lampiran 1.13 Uji Hipotesis	90