

**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (STUDI KASUS DI GEOFF MAX  
BEKASI)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Dwi Dentoro  
201610325195**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Geoff Max Bekasi

Nama Mahasiswa : Dwi Dentoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325195

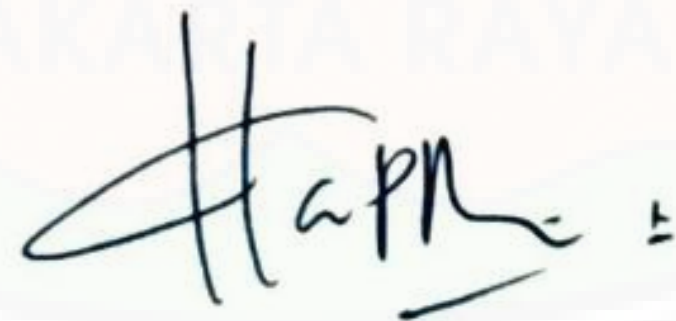
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 04 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing I



Hadita, S.Pd., M.M.

NIDN : 0329048302

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Geoff Max Bekasi

Nama Mahasiswa : Dwi Dentoro

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325195

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Juli 2020

Jakarta, 04 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.

NIDN: 0309048102

Penguji I : Hadita, S.Pd., M.M.

NIDN: 0329048302

Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M.

NIDN: 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

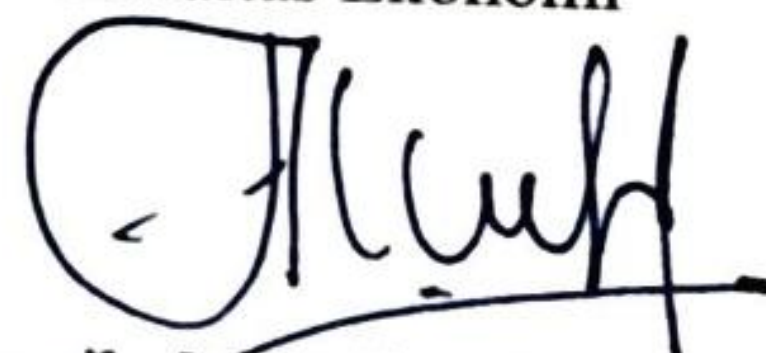


M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.

NIDN: 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP.

NIDN: 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Kualitas produk, Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: Sepatu Geoff Max Bekasi)”. Proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Dalam penyusunan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi pengarahan dalam proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M. Selaku Dosen Pengampu Akademik yang banyak mendukung selama kuliah dalam mencapai tujuan.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi beserta Staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu serta pengarahan selama menimba ilmu di FE UBJ ini.
7. Keluarga Tercinta, Alm. Bapak Agus Sutopo, Ibu Murni Sukarelawati, dan Kakak Eka Siwi Septiani dan Wardiansyah. Terimakasih atas dukungan, doa, nasihat, motivasi, dan pengorbanan materilnya selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Rata.
8. Prisilia Putri selaku kekasih dan support system. Terimakasih telah memberikan dukungan dan motivasi untuk menyusun skripsi ini. Terimakasih sudah menemani dari awal hingga akhir.

9. Teman-teman seperjuangan saya di kelas : Dwika, Arip, Farhan, Reyza, Yoshua, Ihsan, Pram, Iqbal, Indah dan yang tidak bisa saya sebutkan. Terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya untuk menyusun skripsi ini.
10. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan proposal skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kekeliruan, baik dari segi isi maupun dari penulisannya. Penulis berharap agar proposal skripsi ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan serta wawasan bagi siapapun yang membacanya.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Semoga Allah membalas semua kebaikan.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Penulis,



**Dwi Dentoro**

**NPM: 201610325195**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Analisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Geoff Max Bekasi. Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Dwi Dentoro  
201610325195

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Geoff Max Bekasi). Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling* yang mana jumlah sampel sebesar 168 Responden. Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Responden dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Geoff Max Bekasi analisis yang dipergunakan adalah metode analisis statistik yaitu *Path Analysis*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Konsumen, variabel Kualitas Produk secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen, dan variabel Harga juga secara signifikan memiliki hubungan dan pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze Product Quality and Price on Consumer Loyalty with Consumer Satisfaction as Intervening Variables (Case Study of Geoff Max Bekasi). This type of research is quantitative. The sampling technique used was Accidental Sampling, in which there were 168 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires. The respondents of this study were all consumers of Geoff Max Bekasi, the analysis used was the statistical analysis method, Path Analysis. The results of this study indicate that the Product Quality, Price, and Customer Satisfaction variables significantly have a positive relationship and influence on the Consumer Loyalty variable, the Product Quality variable significantly has a positive relationship and influence on the Consumer Satisfaction variable, and the Price variable also has a significantly relationship and positive influence on the variable Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction*





# DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian .....	6
1.5    Batasan Masalah.....	6
1.6    Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1    Kualitas Produk.....	8
2.1.1    Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	9
2.1.2    Dimensi Kualitas Produk.....	9
2.2    Harga.....	10
2.2.1    Indikator-indikator Harga .....	11
2.2.2    Tujuan Penetapan Harga .....	12
2.3    Loyalitas Konsumen .....	13
2.3.1    Indikator Loyalitas Konsumen.....	14
2.3.2    Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen .....	14
2.3.3    Prinsip Loyalitas Konsumen .....	16
2.3.4    Manfaat Loyalitas Konsumen .....	18
2.3.5    Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	18
2.4.1    Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	20

2.4.2	Dimensi Kepuasan Konsumen .....	20
2.5	Penelitian Terdahulu.....	21
2.6	Kerangka Pemikiran .....	25
2.7	Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Desain Penelitian .....	28
3.2	Tahapan Penelitian .....	28
3.3	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	29
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	29
3.5	Instrumen Penelitian.....	32
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	32
3.7	Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
3.7.1	Tempat Penelitian.....	33
3.7.2	Waktu Penelitian.....	33
3.8	Metode Pengambilan Sampel .....	33
3.8.1	Populasi .....	33
3.8.2	Sampel.....	33
3.9	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.9.1	Kuisisioner.....	34
3.10	Metode Analisis Data .....	35
3.10.1	Uji Kualitas Data .....	36
3.10.1.1	Uji Validitas .....	36
3.10.1.2	Uji Reliabilitas .....	36
3.11	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.11.1	Uji Normalitas .....	37
3.12	Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	37
a.	Langkah 1 : Pengembangan Model Berdasarkan Teori .....	38
b.	Langkah 2 & 3 : Menyusun Diagram Jalur dan Persamaan Struktural .....	38
c.	Langkah 4 : Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan.....	38
d.	Langkah 5 : Menilai Identifikasi Model Struktural .....	38
e.	Langkah 6 : Menilai Kriteria Goodness-of-Fit .....	39
1)	Likelihood Ratio Chi square statistic ( $\chi^2$ ) .....	39
f.	Langkah 7 : Interpretasi dan Modifikasi Model.....	39

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1    Gambaran Umum Perusahaan .....	41
4.1.1    Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	42
4.1.3    Struktur Organisasi.....	43
4.2    Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	43
4.3    Uji Kualitas Data .....	45
4.3.1    Uji Validitas.....	45
4.3.2    Uji Reabilitas.....	48
4.4    Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1    Uji Normalitas.....	49
4.5 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur) .....	50
4.5.1    Uji Hipotesis.....	51
4.5.2    Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel.....	54
4.6    Pembahasan Hasil Penelitian.....	55
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
5.1    Kesimpulan.....	57
5.2    Implikasi Manajerial.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kualitas Produk .....	3
Tabel 1.2 Persaingan Harga .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4.4 Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	46
Tabel 4.5 Uji Validitas Harga (X2) .....	46
Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y1) .....	47
Tabel 4.7 Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y2) .....	47
Tabel 4.8 Uji Reabilitas .....	48
Tabel 4.9 Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.10 Hubungan Antar Variabel .....	50
Tabel 4.11 Hasil <i>Regression Weight</i> .....	52
Tabel 4.12 Hasil <i>Standardized Direct Effects</i> .....	54
Tabel 4.13 Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25
Gambar 3.1 Model Konseptual .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	43
Gambar 4.2 <i>Path</i> Diagram .....	43

