

**KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA YANG  
MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN  
DENGAN DI MEDIASI OLEH KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Studi Kasus Pada PT. Scooter Victory Inter Part)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Ihsan Maulana**

**201610325224**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan dan Harga yang  
mempengaruhi Loyalitas Pelanggan  
dengan di mediasi oleh kepuasan  
pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Scooter  
Victory Inter Part)

Nama Mahasiswa : Ihsan Maulana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325224

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Jakarta, 3 Agustus 2020

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dewi Sri Woelandari P.G., S.E., M.Sc  
NIDN 0303017106

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kualitas Pelayanan dan Harga yang  
mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dengan di  
mediasi oleh kepuasan pelanggan (Studi Kasus  
Pada PT. Scooter Victory Inter Part)

Nama Mahasiswa : Ihsan Maulana  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325224  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 27 Juli 2020

Jakarta, 3 Agustus 2020

MENGESAHKAN,

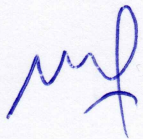
Ketua Tim Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M. .....  
NIDN : 0309048102

Penguji I : Dewi Sri Woelandari, P.G., SE., M.Sc. .....  
NIDN : 0303017106

Penguji II : Hadita S.Pd., M.M. .....  
NIDN : 0329048302

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.  
NIDN : 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CMA., CACP.  
NIDN : 0318107101

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kualitas Pelayanan dan Harga yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dengan di mediasi oleh kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Scooter Victory Inter Part).”

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Istaningsih, M.S.Ak CA., CSRA., CMA., CACP. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. M. Fadhli Nursal, SE, MM selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Dewi Sri Woelandari P.G., SE., M.Sc selaku Dosen Pembimbing yang telah menyetujui dan menerima skripsi penulis.
5. Rycha Kuwara Sari, S.E, M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan masukan selama saya menjadi mahasiswa
6. Yth Seluruh Bpk/Ibu Dosen Prodi Manajemen di Fakultas Ekonomi yang telah membimbing dan mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orang tua penulis, Nuraly HM SE dan Siti Hamah S.Pd yang selalu mendoakan dan mendidik penulis hingga saat ini
8. Sahabat dan kerabat dekat serta seseorang yang paling disayang penulis yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan doa

Jakarta, 2 Juli 2020

Penulis

**Ihsan Maulana**

## ABSTRAK

**Ihsan Maulana. 201610325224.** Kualitas Pelayanan dan Harga yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dengan di Mediasi oleh Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen, untuk variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga, dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini, perusahaan yang dianalisa adalah PT SCOOTER VICTORY INTER PART (VIP). Sampel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari pengguna jasa bengkel SCOOTER VIP yang sudah menggunakan 3 kali dalam kurun waktu 6 bulan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, uji *path* analysis, uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (2) harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (4) harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (6) kepuasan pelanggan memediasi antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, (7) dan kepuasan pelanggan tidak memediasi antara harga dan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kepuasan Pelanggan (Z), Loyalitas Pelanggan (Y).**

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ihsan Maulana  
NPM : 201610325224  
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 25 April 1996  
Alamat : Kp. Pangkalan Desa Sukamekar Kec Sukawangi  
Kab. Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul “Kualitas Pelayanan dan Harga yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan dengan di mediasi oleh kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Scooter Victory Inter Part)” merupakan hasil pekerjaan saya sendiri dan seluruh ide, pendapat, atau materi didapat dari sumber lain yang telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan apa yang saya nyatakan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya termasuk pencabutan gelar Sarjana Manajemen yang nanti saya dapatkan.

Jakarta, 3 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,



Ihsan Maulana

201610325224

## ABSTRACT

**Ihsan Maulana. 201610325224.** *Service Quality and Price that Affect Customer Loyalty by Mediating by Customer Satisfaction.*

*This study aims to examine the direct and indirect effects on customer loyalty as the dependent variable, for the independent variable namely service quality and price, and customer satisfaction as an intervening variable. In this study, the company analyzed was PT SCOOTER VICTORY INTER PART (VIP). The sample used in this study consisted of SCOOTER VIP workshop service users who had used it 3 times in a period of 6 months. The analytical method used in this study is the instrument test, classic assumption test, path analysis test, hypothesis test. The results of this study indicate that: (1) service quality has a positive effect on customer loyalty, (2) price has a positive effect on customer loyalty, (3) service quality has a positive effect on customer satisfaction, (4) price has a positive effect on customer satisfaction, (5) customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, (6) customer satisfaction mediates between service quality and customer loyalty, (7) and customer satisfaction does not mediate between price and customer loyalty.*

**Keywords:** *Service Quality (X1), Price (X2), Customer Satisfaction (Z), Customer Loyalty (Y).*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	9
1.4    Manfaat Penelitian.....	9
1.5    Batasan Masalah.....	10
1.6    Sistematika Penulisan.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1.    Landasan Teori.....	12
2.1.1.    Pengertian Manajemen Pemasaran .....	12
2.1.2.    Pengertian Pemasaran Jasa .....	13
2.1.3.    Pengertian Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.4.    Pengertian Harga .....	16
2.1.5.    Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.6.    Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan .....	19
2.1.7.    Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	20
2.2.    Penelitian Terdahulu .....	21
2.3.    Kerangka Pemikiran.....	22
2.4.    Hipotesis Penelitian.....	24
2.4.1.    Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan.....	24
2.4.2.    Hubungan Harga dengan Loyalitas Pelanggan .....	25
2.4.3.    Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	26
2.4.4.    Hubungan Harga dengan Kepuasan Pelanggan .....	27
2.4.5.    Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	27



BAB III .....	29
METODE PENELITIAN .....	29
3.1    Jenis Penelitian .....	29
3.2    Definisi Operasional Variabel .....	31
3.2.1    Operasional Variabel .....	32
3.3    Populasi dan Sampel .....	34
3.3.1    Populasi .....	34
3.3.2    Sampel .....	34
3.4    Sumber data .....	35
3.4.1    Data primer .....	35
3.4.2    Data sekunder .....	36
3.5    Metode Pengumpulan Data .....	36
3.5.1    Observasi .....	36
3.5.2    Kuesioner .....	37
3.6    Teknik Analisis .....	38
3.6.1    Uji Validitas .....	38
3.6.2    Uji Realibilitas .....	38
3.7    Uji Asumsi Klasik .....	39
3.7.1    Uji Normalitas .....	39
3.8    Analisis Jalur ( <i>path analysis</i> ) .....	40
4.5 <i>Path Analysis</i> (Analisis Jalur) .....	49
4.5.1    Uji Hipotesis .....	50
4.5.2    Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung antar Variabel .....	52
4.6    Pembahasan Hasil Penelitian .....	53
BAB V .....	55
PENUTUP .....	55
5.1    Kesimpulan .....	55
5.2    Saran .....	56
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN .....	61