

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN PADA PENUMPANG *COMMUTER*
LINE PT. KERETA API INDONESIA**

TESIS

Oleh :

LENI MARLINA

NPM : 201520151023



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang *Commuter Line* PT. Kereta Api Indonesia
Nama Mahasiswa : Leni Marlina
Nomor Pokok Mahasiswa: 201520151023
Program Studi/Program : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Marketing

Jakarta, 18 Januari 2019

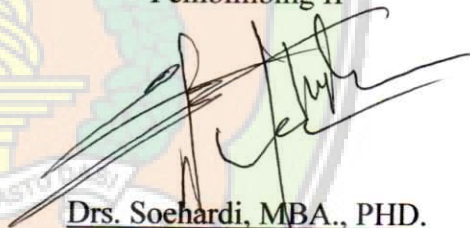
MENYETUJUI:

Pembimbing I



Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP., ME
NIDN: 0314117307

Pembimbing II



Drs. Soehardi, MBA., PHD.
NIDN. 0311096604

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang *Commuter Line* PT. Kereta Api Indonesia
Nama Mahasiswa : Leni Marlina
Nomor Pokok Mahasiswa : 201520151023
Program Studi/Program : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Marketing
Tanggal Lulus Ujian Tesis : 18 Januari 2019

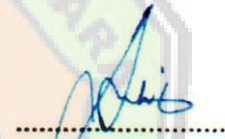
Bekasi, 18 Januari 2019

Mengesahkan,

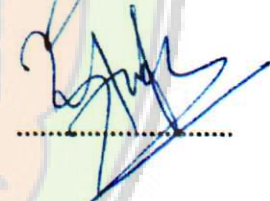
Ketua Tim Penguji : Dr. Irma Setyawati, S.E., M.M.
NIDN: 0001106601



Penguji I : Dr. Anton Wachidin Widjaja, S.E., M.M.
NIDN: 0311116501



Penguji II : Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP., ME.
NIDN: 0314117307



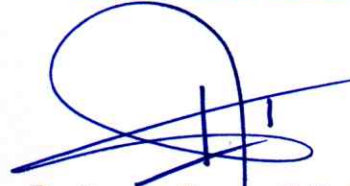
MENGETAHUL.

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP., ME.
NIDN: 0314117307

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M.
NIDN: 0316066201

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Tesis Yang Berjudul

“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang *Commuter Line* PT. Kereta Api Indonesia”

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya 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 tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Bekasi, 18 Januari 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Leni Marlina

NPM. 201520151023

ABSTRAK

Leni Marlina, 201520151023. Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang *Commuter Line* PT.Kereta Api Indonesia.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh beberapa variabel antara harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan, mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PT. KAI.

Metode yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang menguji hubungan struktural dari rerangka konseptual yang diajukan dalam model penelitian secara simultan dengan Lisrel full version edisi 8.8. Pada penelitian thesis ini, analisa SEM dengan Lisrel dilakukan mulai dari tahap pre test/ uji instrumen penelitian yang berupa kuesioner dengan skala Likert dan dilanjutkan pada tahap pengolahan data inti populasi.

Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan, ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, tidak ada pengaruh antara harga terhadap loyalitas pelanggan, ada pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci (sentence case): Harga, kepuasan pelanggan, kualitas layanan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Leni Marlina. 201520151023. *Effect of Price and Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction Of Customer Commuter Line PT. Kereta Api Indonesia.*

This study discusses the influence of several variables between price and service quality on customer loyalty through customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of prices on customer satisfaction, the effect of service quality on customer satisfaction, the effect of prices on customer loyalty, the effect of service quality on customer loyalty and the effect of customer satisfaction on customer loyalty PT. KAI.

The method used is the Structural Equation Modeling (SEM) method which tests the structural relationships of the conceptual framework proposed in the research model simultaneously with Lisrel full version 8.8 edition. In this thesis study, SEM analysis with Lisrel was carried out starting from the pre-test / test phase of the research instrument in the form of a questionnaire with a Likert scale and continued at the stage of processing core population data.

The results showed that there was an influence between price and customer satisfaction, there was an influence between service quality on customer satisfaction, there was no influence between price to customer loyalty, there was an influence between service quality on customer loyalty and there was an influence of customer satisfaction on customer loyalty.

Keywords (sentence case): Price, customer satisfaction, service quality, customer loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang maha Kuasa karena Rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan thesis ini yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Penumpang Commuter Line PT. Kereta Api Indonesia”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis juga mengucapkan terima kasih untuk dukungan keluarga atas pengertian dan waktu yang diberikan dari awal Penulis memutuskan untuk mengambil kuliah S-2 sampai akhirnya menyelesaikan thesis ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk :

1. Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP., ME. selaku Kepala Prodi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan dosen Pembimbing I yang telah memberi bimbingan, motivasi dan arahan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
2. Bapak Drs. Soehardi, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing II yang banyak memberikan support dan masukan sehingga Penulis bersemangat dalam menyelesaikan tulisan ini.
3. Seluruh civitas akademika Studi Master Manajemen Universitas Bharangkara Raya, termasuk dosen dan rekan-rekan mahasiswa secara khusus MM 40 yang mengingatkan dan menyemangati sehingga Thesis ini dapat selesai dengan baik.
4. Keluargaku, suamiku tercinta Siyono dan anakku Richard Nathanael serta Ibu Mertuaku Sukini yang telah banyak memberikan support, pengertian dan dukungan terutama karena waktu bersama keluarga dan anak jadi berkurang karena pengerjaan Thesis ini.
5. Juga tak lupa Bapak Gembala Timotius Miyanto dan Ibu Sherly, yang telah mendukung dalam doa supaya thesis ini dapat diselesaikan.

Tak lupa diucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu dalam kata pengantar ini.

Akhir kata Penulis menyampaikan bahwa tulisan ini masih banyak kekurangan karena itu sangat diharapkan ide dan saran untuk perbaikan supaya bermanfaat bagi pihak-pihak terkait.

Bekasi, 18 Januari 2019

(Leni Marlina)



DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
KATA PENGANTAR	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	vi
ABSTRAK BAHASA INDONESIA	vii
ABSTRAK BAHASA INGGRIS	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	15
1.3 Pembatasan Masalah	16
1.4 Rumusan Masalah	16
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Manfaat Penelitian	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1. Harga	18
2.1.2. Kualitas Layanan	25
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	33
2.2. Penelitian Terdahulu	39
2.3. Kerangka Berpikir.....	47
2.4. Hipotesis Penelitian.....	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1. Desain Penelitian	49
3.2. Pendekatan Penelitian	49
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4. Populasi dan sampling	50
3.5. Lokasi Penelitian.....	51
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	51
3.7. Instrumen Penelitian	52
3.8. Tehnik Pengolahan Analisis Data.....	60
3.8.1. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN	66
4.1 Karakteristik Deskriptif Profil Responden.....	65
4.2. Hasil Uji Model Pengukuran	68
4.2.1. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Harga (HG).....	68
4.2.2. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten Kualitas Layanan (KL)	71
4.2.3. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Tangible</i> (TANG)	73
4.2.4. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Reliability</i> (RELI)	76
4.2.5. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Responsiveness</i> (RESP)	79
4.2.6. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Assurance</i> (ASS)	82
4.2.7. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Empathy</i> (EMP)	85
4.2.8. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Kepuasan</i> Pelanggan (KP)	88
4.2.9. Hasil Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>Loyalitas</i> Pelanggan (LP)	91
4.3. Uji <i>Confirmatory Factor Analisis</i> (CFA)	94
4.4. Hasil Uji Model Struktural Penelitan dan Resume Uji Signifikansi Hipotesa	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	108
5.1. Kesimpulan	108
5.2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Penumpang <i>Commuter Line</i> dari tahun 2011 – 2017	4
Tabel 1.2	Tabel Kepuasan Pelanggan dalam International Transport Forum 2013	7
Tabel 1.3	<i>Customer satisfaction index</i> , Volume dan Pendapatan Angkutan Penumpang tahun 2011 s.d 2013.....	9
Tabel 2.1	Perbandingan Tingkatan Loyalitas Pelanggan Menurut Para Ahli	36
Tabel 2.2	Penelitian Relevan.....	39
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	52
Tabel 3.3	Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI).....	62
Tabel 4.1	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>HG</i>	70
Tabel 4.2	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>TANG</i>	75
Tabel 4.3	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>RELI</i>	78
Tabel 4.4	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>RESP</i>	81
Tabel 4.5	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>ASS</i>	84
Tabel 4.6	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>EMP</i>	87
Tabel 4.7	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>KP</i>	90
Tabel 4.8	Rangkuman 9 Indikator <i>Goodness of Fit Index</i> (GOFI) Variabel Laten <i>LP</i>	93
Tabel 4.9	Hasil Uji Signifikansi Hipotesa Penelitian Berdasarkan Uji Model Struktural Penelitian	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Sudut Pandang Pelanggan Mengenai Kualitas layanan	26
Gambar 2.2	Kerangka berpikir	47
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Penumpang.....	67
Gambar 4.5	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>HG</i> (<i>Standardized Solution</i>)	69
Gambar 4.6	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>KL</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	72
Gambar 4.8	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>TANG</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	77
Gambar 4.9	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>RELI</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	80
Gambar 4.10	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>RESP</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	83
Gambar 4.11	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>ASS</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	86
Gambar 4.12	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>EMP</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	89
Gambar 4.13	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>KP</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	92
Gambar 4.14	Uji Model Pengukuran Variabel Laten <i>LP</i> (<i>Standardized</i> <i>Solution</i>).....	95
Gambar 4.15	Uji Confirmatory Factor Analysis / <i>CFA</i> (<i>Standardized Solution</i>)	97
Gambar 4.16	Hasil Uji Model Struktural Penelitian (<i>T-Value</i>).....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Harga.....	120
Lampiran 3	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Tangible.....	123
Lampiran 4	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Reliability.....	127
Lampiran 5	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Responsiveness.....	130
Lampiran 6	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Assurance.....	133
Lampiran 7	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Emphaty.....	137
Lampiran 8	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Kepuasan Pelanggan.....	140
Lampiran 9	Hasil Olah Data Lisrel 8.80 Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	144

