

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG
ANUGERAH MOTOR BEKASI**

SKRIPSI

Oleh
Rafqi Okta Agung Anugerah
201810325275



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG
ANUGERAH MOTOR BEKASI**

SKRIPSI

Oleh

Rafqi Okta Agung Anugerah

201810325275



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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN,
DAN HARGA DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT
AGUNG ANUGERAH MOTOR BEKASI

Nama : Rafqi Okta Agung Anugerah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325275

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 10 Januari 2023

Jakarta, 16 Januari 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M

NIDN: 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan
Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt Agung
Anugerah Motor Bekasi

Nama : Rafqi Okta Agung Anugerah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325275

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 10 Januari 2023

Jakarta, 16 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M Fadhli Nursal. S.E, M.M
NIDN: 0335057908



Penguji 1 : Dr. Hadita. S. Pd, M.M
NIDN: 0329048302



Penguji 2 : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T.,
M.M
NIDN: 0329017202



MENYETUJUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita. S. Pd, M.M
NIDN :0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istiningsih, SE., M.S.Ak.,
NIDN :0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Pt Agung Anugerah Motor Bekasi 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 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, 10 Januari 2023
Yang membuat pernyataan,



Rafqi Okta Agung Anugerah

201810325275

ABSTRAK

Rafqi Okta Agung Anugerah, 201810325275. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT Agung Anugerah Motor Bekasi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarkah Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian di PT Agung Anugerah Motor. Dasar penelitian ini menggunakan 200 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen PT AAM di Kota Bekasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Jalur dan Uji Hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji hipotesis variabel Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan dengan nilai sig $0.000 < 0.05$ dan T hitung 4,082. Dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai sig $0.000 < 0.05$ dan T hitung 9,193, hasil tersebut dinyatakan signifikan karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Lalu ada variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai sig $0.000 > 0.05$ dan T hitung 5,868, hasil tersebut dinyatakan bahwa signifikan karena signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai pengaruh mediasi lebih kecil dari nilai pengaruh langsung sehingga dinyatakan tidak terjadi pengaruh mediasi pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Rafqi Okta Agung Anugerah, 201810325275. The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction as an Intervening Variable on Car Purchasing Decisions at PT Agung Anugerah Motor Bekasi

This study aims to determine how much influence Service Quality, Price, and Customer Satisfaction have on Purchasing Decisions at PT Agung Anugerah Motor. The basis of this study used 200 respondents to be used as samples in the study, which in this study used primary data obtained by distributing questionnaires to consumers of PT AAM in Bekasi City. Data analysis techniques in this study used Path Analysis and Hypothesis Testing. Data processing in this study used the SPSS Version 26 software program. Based on the results of the study, it was shown that in the hypothesis test the service quality variable significantly influences customer decisions with a sig value of $0.000 < 0.05$ and T count 4.082. And the variable Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction with a sig value of $0.000 < 0.05$ and T count 9.193, these results are declared significant because the significance value is less than 0.05. Then there is the price variable that has a significant effect on customer satisfaction with a sig value of $0.000 > 0.05$ and T count 5.868, the results are stated to be significant because the significance is less than 0.05. Based on the calculation results, it shows that the value of the mediating effect is smaller than the value of the direct effect, so it is stated that there is no mediation effect in this study.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction, and Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan segala Rahmat dan Karunia- Nya, sehingga penulis dapat membuat skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG ANUGERAH MOTOR BEKASI”** dimana skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana S1 dalam Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dan tidak lepas penulis mendapatkan kesempatan dan dukungan dari banyak pihak serta nasihat-nasihat yang baik bagi penulis. Untuk hal ini, dengan segala hormat penulis mengucapkan terima kasih banyak atas kelancaran dalam proses pembuatan skripsi kepada:

1. Irjen Polisi (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H, M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak CA.,CSRA.,CMA., CBV., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Neng Siti Komariah, SE, MM, selaku Dosen Perwalian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Franciscus Dwikotjo SS. ST., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan segala arahan dan dedikasi tinggi dalam membimbing skripsi, serta kesabaran ekstra yang tak terhingga ukurannya.
6. Kepada seluruh dosen dan staff Universitas Bhayangkara Jakarta

Raya yang telah memberikan banyak dukungan dan nasihat serta ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa pendidikan di kampus Ubhara Jaya.

7. Kepada Istri Tercinta Sdri. Hilmi yang selalu menemani setiap perjuangan yang dilakukan hingga hari ini terjadi.

Penulis sadar dalam kekurangan skripsi ini yang tentu jauh dari kata sempurna dan masih perlu banyak belajar dalam kemampuan menulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak atas yang telah dikerjakan, dengan akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat menjadi salah satu yang bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 16 Januari 2022



Rafqi Okta Agung Anugerah



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
1.5. Batasan Masalah.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori.....	12
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian (Y).....	12
2.1.2. Tingkatan Keputusan Pembelian (Y).....	13
2.1.3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).....	13
2.1.4. Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	14

2.1.5.	Pengertian Kepuasan Pelanggan (Z).....	15
2.1.6.	Indikator Kepuasan Pelanggan (Z).....	16
2.1.7.	Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan (Z).....	16
2.1.8.	Pengertian Kualitas Pelayanan (X1)	17
2.1.9.	Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan (X1).....	18
2.1.10.	Pengertian Harga (X2)	18
2.1.11.	Indikator - Indikator Harga (X2).....	19
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	22
2.4.	Hipotesis	22
BAB III		24
METODE PENELITIAN.....		24
3.1.	Desain Penelitian.....	24
3.2.	Tahapan Penelitian.....	25
3.3.	Model Konseptual Penelitian	25
3.5.	Waktu dan Tempat Penelitian	31
3.5.1.	Waktu Penelitian	31
3.5.2.	Tempat Penelitian	31
3.6.	Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.6.1.	Populasi.....	31
3.7.	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.8.	Metode Analisis Data.....	33
BAB IV.....		39
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1.	Profil Singkat PT Agung Anugerah Motor	39
4.2.	Deskriptif Responden.....	39

4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan, Pengguna Mobil, dan Frekuensi Pembelian.	39
4.3.	Hasil Penelitian	41
4.3.1.	Analisis Statistik Deskriptif	41
4.3.2.	Hasil Uji Keabsahan Data	44
4.3.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.3.3.1.	Hasil Analisis Normalitas	47
4.3.3.2.	Hasil Analisis Multikolinearitas.....	48
4.3.3.3.	Hasil Analisis Heteroskedastisitas	48
4.3.4.	Hasil Uji Hipotesis	49
4.3.4.1.	Hasil Uji Analisis Jalur	49
4.3.4.2.	Hasil Pengujian Pengaruh Langsung	53
4.3.4.3.	Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung	53
4.3.5.	Pembahasan.....	56
BAB V	61
PENUTUP	61
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Kendaraan Bermotor	1
Gambar 1.2 Grafik Penjualan dari tahun 2009 hingga 2020.....	4
Gambar 1.3. Data Penjualan Mobil Bekas di Jakarta dengan data Penjualan Merek Daihatsu saat Pandemi Covid-19	5
Gambar 2.1 faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	14
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian	26
Gambar 4.1 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan	42
Gambar 4.2 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Variabel Harga.....	42
Gambar 4.3 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan	43
Gambar 4.3 Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Gambar 4.4 Grafik P-P Plot	47
Gambar 4.5 Grafik Scatterplot	49
Gambar 4.6 Diagram Jalur 1	50
Gambar 4.7 Diagram Jalur Kedua.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey Mengenai Kepuasan Pelanggan yang dianggap Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada PT Agung Anugrah Motor	3
Tabel 1.2 Profit Penjualan Tahunan PT. Agung Anugrah Motor	6
Tabel 1.3. Perbandingan Rata-rata Profit Tahunan dengan Target Profit PT AAM dengan Badan Usaha Sejenis Lainnya	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden	40
Tabel 4.2 Nilai Variabel Penelitian	41
Tabel 4.3. Tabel Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.4. Tabel Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.5. Tabel Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.6. Tabel Uji t Parsial	52
Tabel 4.7. Tabel Uji Analisis Jalur Pertama	49
Tabel 4.8. Tabel Uji Analisis Jalur Kedua	51

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	68
LEMBAR KUESIONER	68
LAMPIRAN II.....	73
LAMPIRAN III	74
HASIL ANALISIS	74
LAMPIRAN IV	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84

