



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN: SURVEI PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS
PENGGUNA GO-JEK**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Kevin Zaprilan Lovis

14140110041

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN: SURVEI
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
PENGGUNA GO-JEK

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Kevin Zaprilan Lovis

14140110041

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Agustus 2018

(Kevin Zaprilan Lovis)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan
Melalui Kepuasan Pelanggan: Survei Pada Mahasiswa Universitas Pengguna
Go-Jek”**

Oleh

Kevin Zaprilan Lovis

telah diujikan pada hari Senin, tanggal 23 Juli 2018,
pukul 16.00 s.d. 17.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Penguji Ahli



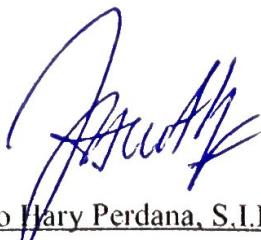
Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing



Helga Liliani Cakra Dewi, M.Comm.

**Disahkan oleh
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**



Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, Puji dan Syukur peneliti ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kasih karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Survei Pada Mahasiswa Universitas Pengguna Go-Jek” dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti memperoleh banyak pengalaman dan cerita baru, juga segala hambatan dan persoalan. Terlepas dari semua itu, terdapat berbagai pihak yang selalu membantu dan memberikan semangat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, saran, kritik, dan masukan kepada peneliti selama penyusun skripsi ini dilakukan, dimulai dari awal *brainstorming* mengenai topik penelitian, hingga akhir penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Intan Primadini selaku dosen penguji yang telah memberikan berbagai masukan dan arahan selama proses sidang dan revisi guna menyempurnakan skripsi ini.
3. Bapak Mochammad Kresna Noer selaku ketua sidang yang telah memberikan banyak masukan selama proses sidang dan revisi naskah skripsi.

4. Bapak Inco Hary Perdana selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing magang yang telah mengajarkan banyak hal terkait teknik penulisan yang baik dan benar.
5. Ibu Astranivari selaku dosen dan *Head of Marcomm* di kantor yang sudah memberikan banyak masukan, bimbingan, dan pengertian kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
6. Tim Power Ranger; Michelle, Dimas, Tia, Shienny, Benny, Catherine, Almira, Felicia yang merupakan teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi dan saling berbagi cerita, ilmu, dan masukan satu dengan yang lainnya.
7. Ignatius Dimas, teman seperjuangan yang telah bersama menyebar kuesioner sampai ke daerah Banten, saling berbagi hasil bimbingan dan saling membantu dalam memecahkan masalah perhitungan SPSS.
8. Tim Marcommers Investree: Mas Alan, Mba Rahma, Mas Topan, Mas Syafi, Mba Tikam dan Cici Yovi yang selalu memberikan dukungan, saran, masukan dalam penyusunan skripsi dan juga pengertian saat peneliti membutuhkan waktu untuk menyelesaikan penelitian.
9. I'M KOM Gen 7 atas semua doa dan dukungannya selama ini.
10. Keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat, waktu, dan ruang dalam menyelesaikan skripsi.
11. Seluruh pihak yang sudah terlibat, mendukung, dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Selama penyusunan skripsi, banyak pengalaman dan pembelajaran bermanfaat yang peneliti peroleh. Peneliti juga berharap bahwa hasil penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peneliti, tetapi juga dalam perkembangan Ilmu Komunikasi. Peneliti juga sadar bahwa masih terdapat kekurangan yang membuat skripsi ini jauh dari kata sempurna. Akhir kata, segala masukan, saran, dan kritik sangat peneliti harapkan guna perbaikan di kemudian hari. Selamat membaca dan semoga bermanfaat.

Tangerang, Agustus 2018

Kevin Zaprilan Lovis



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN: SURVEI
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PENGGUNA GO-JEK**
ABSTRAK

Oleh: Kevin Zaprilan Lovis

Saat ini, persaingan bisnis yang ketat mengharuskan setiap perusahaan untuk memiliki strategi yang tepat dalam memenangkan persaingan, khususnya memenangkan loyalitas dari para pelanggannya. Untuk itu, perusahaan tentu harus memastikan bahwa pelanggan puas atas produk atau jasa yang ditawarkan. Kualitas layanan dan harga adalah dua elemen penting yang perlu dipertimbangkan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, bahkan loyalitas pelanggan. Adapun yang menjadi daya tarik dalam penelitian ini adalah konsep loyalitas itu sendiri. Konsep loyalitas bukanlah sebuah hal yang baru. Akan tetapi, apakah konsep ini masih berlaku untuk digunakan pada kondisi saat ini, khususnya dalam industri transportasi *online*. Hal ini juga didasarkan pada pengguna atau pelanggan saat ini yang sudah jauh lebih cerdas dan terlebih mereka juga memiliki pilihan untuk menggunakan jasa perusahaan pengembang lainnya.

Judul skripsi ini adalah “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Survei Pada Mahasiswa Universitas Pengguna Go-Jek”. Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Model yang digunakan adalah model asosiatif dengan jenis data kuantitatif. Untuk metode penelitian sendiri dilakukan dengan melakukan survei dengan teknik penyebaran kuesioner, baik secara online maupun *softcopy* dan jawaban skala likert. Responden dalam penelitian kali ini adalah mahasiswa universitas pengguna Go-Jek cluster Banten yang berjumlah 328 orang. Adapun teknik analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas layanan dan harga mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Adapun besaran pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,336. Selain itu, variabel harga memiliki pengaruh tidak langsung melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,096.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICES ON CUSTOMER LOYALTY
THROUGH CUSTOMER SATISFACTION: SURVEY ON UNIVERSITY
STUDENTS GO-JEK USERS
ABSTRACT

By: Kevin Zaprilan Lovis

Today, intense business competition requires every company must have the right strategy to win the competition, especially winning the loyalty of its customers. Prior to that, the company should certainly make sure that customers are satisfied with the products or services offered. Service quality and price are two important elements to consider in creating customer satisfaction, even customer loyalty. The most attractive point in this research is the concept of loyalty itself. The concept of loyalty is not a new thing. However, whether this concept still applies to use in current conditions, especially in the online transport industry. It is also based on current or much more savvy users or customers who also have the option of using the services of other developer companies.

The title of this thesis is "Effect of Service Quality and Prices On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction: Survey On University Student Go-Jek Users". The purpose of the study is to determine whether there is influence of service quality and price to customer loyalty through customer satisfaction. The model used is an associative model with quantitative data types. For the research method itself is done by conducting surveys with the technique of distributing questionnaires, both online and softcopy. Respondents in this research are university students that use Go-Jek of Banten cluster which amounted to 328 people. The analysis technique used is path analysis.

From the research results obtained that the service quality and prices affect customer loyalty through customer satisfaction. The amount of influence of service quality to customer loyalty through customer satisfaction is 336. In addition, price variables have an indirect effect through customer satisfaction of 0.095 testing from SmartPLS testing.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Akademis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.5.3 Manfaat Sosial	11
1.5.4 Keterbatasan Penelitian.....	11
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Kerangka Teori dan Konsep	15
2.2.1 Manajemen Hubungan Pelanggan	15
2.2.2 Kualitas Layanan	22
2.2.3 Harga.....	27
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	31
2.2.5 Loyalitas Pelanggan	35
2.2.5.1 Karakteristik Konsumen yang Loyal	36
2.2.5.2 Jenis Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.5.3 Tahapan Loyalitas Konsumen	38
2.3 Hipotesis Penelitian.....	40
2.4 Alur Penelitian	41
BAB III: METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian.....	45

3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel.....	47
3.4 Operasionalisasi Variabel	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.5.1 Data Primer	56
3.5.2 Data Sekunder	56
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	56
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas	64
3.7 Teknik Analisis Data.....	65
3.7.1 Uji Normalitas.....	65
3.7.2 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	65
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 67
4.1 Objek Penelitian	67
4.2 Hasil Penelitian	69
4.2.1 Uji Normalitas.....	69
4.2.2 Karakteristik Responden	73
4.2.3 Karakteristik Persebaran Jawaban Responden Berdasarkan Variabel	75
4.2.3.1 Variabel Kualitas Layanan	76
4.2.3.2 Variabel Harga.....	82
4.2.3.3 Variabel Kepuasan Pelanggan	85
4.2.3.4 Variabel Loyalitas Pelanggan.....	93
4.2.4 Pengujian Analisis Jalur dengan SmartPLS	97
4.2.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	98
4.2.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	106
4.2.4.3 Besaran Pengaruh Antarvariabel	107
4.2.4.4 Hubungan antara Variabel dan Indikator.....	108
4.3 Pembahasan.....	110
4.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	113
4.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	114
4.3.5 Pengaruh Antarvariabel	114

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Simpulan	120
5.2 Saran.....	122
5.2.1 Saran Akademis	122
5.2.2 Saran Praktis	123
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN.....	129



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Layanan Go-Jek dan Grab.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian	41
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas di Banten	46
Tabel 3.2 Pembagian Populasi ke Dalam <i>Cluster</i>	48
Tabel 3.3 Hasil <i>Sampling</i> dengan random.org	49
Tabel 3.4 Pengukuran Validitas	58
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	64
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Reliabilitas	64
Tabel 4.1 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Dengan Jumlah Data 400.....	70
Tabel 4.2 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Dengan Jumlah Data 328.....	72
Tabel 4.3 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Reliability</i>	76
Tabel 4.4 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Assurance</i>	77
Tabel 4.5 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Tangibles</i>	79
Tabel 4.6 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Emphaty</i>	80
Tabel 4.7 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Responsiveness</i>	81
Tabel 4.8 Jawaban Responden untuk Indikator Keterjangkauan Harga	82
Tabel 4.9 Jawaban Responden untuk Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas	83
Tabel 4.10 Jawaban Responden untuk Indikator Daya Saing Harga	83
Tabel 4.11 Jawaban Responden untuk Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat ..	84
Tabel 4.12 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Product and Service</i>	85
Tabel 4.13 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Sales</i>	87
Tabel 4.14 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>After-Sales</i>	88
Tabel 4.15 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Location</i>	90
Tabel 4.16 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Time</i>	91
Tabel 4.17 Jawaban Responden untuk Dimensi <i>Culture</i>	92
Tabel 4.18 Jawaban Responden untuk Indikator <i>Repurchasing</i>	94
Tabel 4.19 Jawaban Responden untuk Indikator <i>Purchase Across Product/Service</i>	94
Tabel 4.20 Jawaban Responden untuk Indikator <i>Retention</i>	95
Tabel 4.21 Jawaban Responden untuk Indikator <i>Referral</i>	96
Tabel 4.22 Nilai <i>Outer Loading</i> Instrumen Penelitian.....	99
Tabel 4.23 Nilai AVE Instrumen	102
Tabel 4.24 Nilai Composite <i>Reliability</i> & <i>Cronbach Alpha</i> Instrumen.....	104
Tabel 4.25 Nilai <i>Path Coefficients</i> , <i>P Values</i> dan <i>T Statistics</i> Diagram Jalur	106
Tabel 4.26 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Kualitas Layanan dan Harga	107
Tabel 4.27 Pengaruh Antarvariabel.....	107
Tabel 4.28 Hubungan Variabel dengan Indikator	108
Tabel 4.29 Uji Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	111

Tabel 4.30 Uji Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
Tabel 4.31 Pengaruh Tidak Langsung X1 Terhadap Y Melalui Z.....	113
Tabel 4.32 Pengaruh Tidak Langsung X2 Terhadap Y Melalui Z.....	114
Tabel 4.33 Uji Pengaruh X1 Terhadap Z.....	114
Tabel 4.34 Uji Pengaruh X2 Terhadap Z.....	115
Tabel 4.35 Uji Pengaruh X1 Terhadap Y.....	116
Tabel 4.36 Uji Pengaruh X1 Terhadap Indikator Y	116
Tabel 4.37 Uji Pengaruh X2 Terhadap Y	117
Tabel 4.38 Uji Pengaruh X2 Terhadap Indikator Y	117
Tabel 4.39 Uji Pengaruh Z Terhadap Y	118
Tabel 4.40 Uji Pengaruh Z Terhadap Indikator Y	118
Tabel 5.1 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Kepuasan Pelanggan dan Harga.....	123
Tabel 5.2 Hubungan Variabel Loyalitas Dengan Indikator	124
Tabel 5.3 Hubungan Antara Variabel dan Indikator	124



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Pemikiran Penelitian	42
Gambar 4.1 Logo Go-Jek.....	67
Gambar 4.2 Layanan Go-Jek.....	68
Gambar 4.3 Histogram Uji Normalitas Dengan Jumlah Data 400	70
Gambar 4.4 Histogram Uji Normalitas Dengan Jumlah Data 328	71
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Jenis Kelamin.....	73
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Rentang Usia.....	74
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pada Preferensi Penggunaan Aplikasi	75
Gambar 4.8 Model Diagram Jalur SmartPLS	97

