

ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S.M

IVANA ANGELINA WAHYUDIANTO

00000028712

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG 2025

HALAMAN JUDUL
**ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE*
FAIRNESS TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S.M

IVANA ANGELINA WAHYUDIANTO
00000028712

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG 2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ivana Angelina Wahyudianto

Nomor Induk Mahasiswa 00000028712

Program Studi : Manajemen

Skripsi dengan judul:

“ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN”

Merupakan karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan pada Daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan dalam pelaksanaan skripsi maupun penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Juli 2025



Ivana Angelina Wahyudianto

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

*ANALISA PENGARUH PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, PRICE
FAIRNESS TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN CUSTOMER
LOYALTY PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN*

Oleh

Nama : Ivana Angelina Wahyudianto

NIM : 00000028712

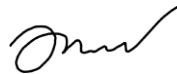
Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

Dosen pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D.

0708017601

Kepala Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN

Oleh

Nama : Ivana Angelina Wahyudianto
NIM : 00000028712
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diuji pada hari Jumat, 10 Juli 2025

Pukul 12.00 s.d 13.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Yosef Budi Susanto, M.M.

0301056103

Ketua Program Studi



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047801



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

0320089001

Dosen Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D.

0708017601

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang tanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivana Angelina Wahyudianto
NIM : 00000028712
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : ***Analisa Pengaruh Product Quality, Service Quality, Price Fairness Terhadap Customer Engagement dan Customer Loyalty pada Pengguna Mobil Nissan***

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia ***(pilih salah satu):**

☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial

☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowladfe Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)

Tangerang, 2 Juli 2025



Ivana Angelina Wahyudianto

*Pilih Salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/KHI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi dengan judul:

“ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN”

Dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelas Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak selama saya menempuh perkuliahan hingga sampai pada penyusunan skripsi ini, sulit untuk saya menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan fakultas bisnis Universitas Multimedia Nusantara
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara
4. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing, memberikan arahan serta motivasi atas terselesaikannya tugas akhir ini
5. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
6. Teman-teman yang senantiasa membantu dalam segala hal, memberikan dukungan serta motivasi agar terus berjuang untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik sebagai sumber informasi maupun sebagai inspirasi bagi pembaca.

ANALISA PENGARUH *PRODUCT QUALITY*, *SERVICE QUALITY*, *PRICE FAIRNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA MOBIL NISSAN

Ivana Angelina Wahyudianto

ABSTRAK

Di era modern ini, transportasi sangat dibutuhkan oleh seluruh kalangan terutama mobil. Jenis transportasi ini banyak dipilih karena kenyamanan dan dapat menjadi gambaran suatu status sosial seseorang. Tren mobil saat ini mengalami perkembangan yang pesat, beberapa *brand* mobil seperti Toyota, Honda, Nissan bersaing untuk mengembangkan fitur-fitur terbaik mereka demi menarik lebih banyak pelanggan. Pada penelitian ini akan berfokus pada *brand* mobil Nissan, dimana Nissan Indonesia terus mengalami penurunan penjualan sejak tahun 2009 hingga tahun 2024. Penelitian ini bertujuan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi *customer engagement* dan *customer loyalty* pada Nissan. Survey secara daring dilakukan terhadap 247 responden yang memenuhi syarat yang telah ditentukan peneliti yang kemudian dianalisa menggunakan metode PLS-SEM. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *product quality*, *service quality*, *price fairness* memiliki pengaruh terhadap *customer engagement* dan *customer loyalty*. Dimana *product quality* memiliki pengaruh paling tinggi yaitu sebesar 38,8% dibandingkan dengan variabel lainnya. Maka dari itu, dari hasil penelitian ini perusahaan Nissan disarankan agar meningkatkan kualitas produknya dengan membuat strategi-strategi baru agar dapat meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci: *product quality*, *service quality*, *price fairness*, *customer engagement*, *customer loyalty*

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, SERVICE
QUALITY, PRICE FAIRNESS ON CUSTOMER LOYALTY AND CUSTOMER
ENGAGEMENT IN NISSAN CAR USERS**

Ivana Angelina Wahyudianto

ABSTRACT

In this modern era, transportation is needed by all people, especially cars. This type of transportation is widely chosen because of its convenience and can be a picture of a person's social status. Car trends are currently experiencing rapid development, several car brands such as Toyota, Honda, Nissan compete to develop their best features in order to attract more customers. This research will focus on the Nissan car brand, where Nissan Indonesia continues to experience a decline in sales from 2009 to 2024. This research aims to analyze the factors that influence customer engagement and customer loyalty in Nissan. An online survey was conducted on 247 respondents who met the conditions determined by the researcher which were then analyzed using the PLS-SEM method. The results of the study show that product quality, service quality, price fairness have an influence on customer engagement and customer loyalty. Product quality had the highest influence, at 38.8%, compared to other variables. Therefore, the results of this study suggest that Nissan improve product quality by developing new strategies to increase sales

Keywords: *product quality, service quality, price fairness, customer engagement, customer loyalty*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATAPENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	7
1.5 Manfaat penelitian	7
1.6 Sistematik Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1 Product Quality	10
2.1.2 Service Quality	10
2.1.3 Price Fairness	11
2.1.4 Customer Engagement	12
2.1.5 Customer Loyalty	12
2.2 Model penelitian	12
2.3 Hipotesis Penelitian	13
2.3.1 Pengaruh product quality terhadap customer engagement	13
2.3.2 Pengaruh service quality terhadap customer engagement	13
2.3.3 Pengaruh price fairness terhadap customer engagement	15
2.3.4 Pengaruh product quality terhadap customer loyalty	15
2.3.5 Pengaruh service quality terhadap customer loyalty	15
2.3.6 Pengaruh price fairness terhadap customer loyalty	16
2.3.7 Pengaruh customer engagement terhadap customer loyalty	16

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	18
3.2 Desain Penelitian	22
3.2.1 Exploratory research design.....	22
3.2.2 Conclusive research design.....	23
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel	26
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.4 Operasional Variabel.....	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.5.1 Uji Data pre-test	32
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas pada <i>Pre-test</i>	32
3.7 Analisis Data Penelitian	34
3.8 Testing Structural Relationship.....	38
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	39
4.2 Karakteristik Responden <i>Main-Test</i>	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Mobil Nissan	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	43
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Mobil Nissan	44
4.3 Analisis Deskriptif	45
4.3.1 Variabel Product Quality	45
4.3.2 Variabel Service Quality	45
4.3.3 Variabel Price Fairness	46
4.3.4 Variabel Customer Engagement	47
4.3.5 Variabel Customer Loyalty.....	48
4.4 Uji Instrumen <i>Pre-Test</i>	49
4.4.1 Uji Validitas <i>Pre-Test</i>	49
4.4.3 Uji Reliabilitas <i>Pre-Test</i>	52
4.5 Uji Instrumen <i>Main-Test</i>	54
4.5.1 Uji Measurement Model	54
4.5.2 Uji Structural Model.....	58
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian.....	62

4.6.1 Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Engagement	62
4.6.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Engagement	62
4.6.3 Pengaruh Price Fairness Terhadap Customer Engagement	63
4.6.4 Pengaruh Product Quality Terhadap Customer Loyalty	63
4.6.5 Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty	64
4.6.6 Pengaruh Price Fairness Terhadap Customer Loyalty	64
4.6.7 Pengaruh Customer Engagement Terhadap Customer Loyalty	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	68
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Brand Terlaris di Indonesia Berdasarkan Penjualan Wholesale (Juli 2024)	2
Gambar 1. 2 Penjualan mobil wholesale bulanan di pasar domestik (Januari 2023-Juli 2024)	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	13
Gambar 3. 1 Sejarah Nissan di Indonesia	19
Gambar 3. 2 Logo Nissan	19
Gambar 3. 3 Logo Nissan	20
Gambar 3. 4 Nissan Serena	20
Gambar 3. 5 Nissan X-Trail	21
Gambar 3. 6 Tampilan Website Nissan	22
Gambar 3. 7 Exploratory Research Design	23
Gambar 3. 8 Prosedur Analisa PLS-SEM	35
Gambar 4. 1 Data Kepemilikan Mobil Nissan	40
Gambar 4. 2 Data Jenis Kelamin	40
Gambar 4. 3 Data Usia	41
Gambar 4. 4 Data Pendidikan	42
Gambar 4. 5 Data Pekerjaan	43
Gambar 4. 6 Data Penghasilan	44
Gambar 4. 7 Data Jenis Mobil Nissan	44
Gambar 4. 8 Hasil Uji Measurement Model	54



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Table penjualan Nissan di Indonesia	3
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	28
Tabel 3. 2 Syarat Uji Validitas	33
Tabel 3. 3 Uji Validitas	36
Tabel 3. 4 Tabel Struktural Model Result	37
Tabel 4. 1 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Product Quality	45
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Service Quality	46
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price Fairness	46
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Engagement	47
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Customer Loyalty	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pre-Test	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Convergent Validity Main-Test	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Discriminant Validity Main-Test	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion Main-Test	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Path Coefficient	58
Tabel 4. 12 Hasil Data Berdasarkan Hipotesis	62

