

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN GRAB BIKE DI KALANGAN GEN Z SURABAYA)
SKRIPSI**



Oleh :

SILMI RAHMANI

NPM 20042010065

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi pada Pelanggan Grab Bike di Kalangan Gen Z Surabaya)

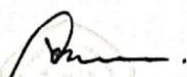
Disusun Oleh:

SILMI RAHMANI

NPM. 20042010065

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
Pembimbing**



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si.
NIP. 197206132021211003

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi pada Pelanggan Grab Bike di Kalangan Gen Z Surabaya)

Disusun Oleh:

SILMI RAHMANI
NPM. 20042010065

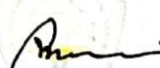
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 22 Januari 2024


Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


TIM PENGUJI

1. Ketua



R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si.
NIP. 197206132021211003


Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekertaris


R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si.
NIP. 197206132021211003

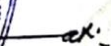
3. Anggota


Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M.
NPT. 21119771204337

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK




Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Silmi Rahmani
NPM : 20042010065
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada Pelanggan Grab Bike di Kalangan Gen Z Surabaya)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sasi pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiasme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima snksi yang berlaku.

Surabaya, 5 Febuari 2024



SILMI RAHMANI
NPM. 20042010065

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Grab Bike di Kalangan Gen Z)”. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos, M.Si sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai orang, baik berwujud materil, moril, dan spritual. Dengan itu peneliti banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Mamat Rahmat dan Ibu Iim Sumyati selaku orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik serta seluruh keluarga dan sanak saudara yang selalu memberikan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Raisa Ligwina selaku adik penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi.
6. Raihan Ayita Putri selaku sahabat penulis yang telah menjadi tempat bercerita serta menemani perjalanan dalam penyusunan skripsi.
7. Geng Hayu Ulin (Nabila Clarissa, Meuthia Sianipar, Julius Silaban dan Devinna Nur Sholihah) selaku sahabat penulis yang telah menemani perjalanan dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi.
8. Geng No Name (Raihan Ayita Putri, Tiana Hasna, Alia Sarah, Safa Salsabila, Yusfi Fadilla, Annisa, dan Syelfa Azhura) selaku teman SMP dan SMA yang telah mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Attania Dwi Arniessa, Rizka Panjaitan, Dynda Sovia, Iasa Nur Firdausi, Ryan Mahrez, Robby Aditya, Ilham Asta, Vavian Baharudin, Yoseph Santovino, dan Danastri selaku teman dekat di masa perkuliahan penulis yang telah menjadi tempat bercerita dan memberi semangat kepada penulis.

10. Mason Tony Mount, Brahim Diaz, Ben Chillwel, Joao Felix dan Ruben Diaz yang telah menjadi penyemangat penulis selama pengerjaan skripsi.
11. Teman-teman Laboratorium Inkubasi Bisnis yang telah menjadi penyemangat dan menemani penulis selama pengerjaan skripsi.

Penulis sadar bahwasanya dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Pentingnya saran dan kritik dari berbagai pihak yang saya harapkan agar penulisan dalam proposal ini bisa menjadikanyasempurna.. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis serta keterbatasan penulis miliki, harapanya semoga proposal skripsi ini memberikan dampakpositif bagi para pembaca dan pihak-pihak lainnya yang memiliki kepentingan.

Surabaya, Desember 2023



Silmi Rahmani

NPM. 20042010065

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Generasi Z	17
2.2.2 Pemasaran	18
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2.2.2 Konsep Pemasaran.....	18
2.2.2.3 Strategi Pemasaran.....	20
2.2.3 Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.3.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2.3.3 Tahap-tahap Loyalitas Pelanggan	24
2.2.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	25
2.2.4 Kualitas Pelayanan.....	26
2.2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	27
2.2.5 Harga.....	28
2.2.5.2 Indikator Harga.....	29
2.2.6 Kepuasan Pelanggan	31
2.2.6.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	32
2.2.6.3 Indikator-indikator Kepuasan Pelanggan	34
2.2.7 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	34
2.2.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.2.7.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	35

2.2.7.4	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.2.7.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	36
2.2.7.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	36
2.3	Kerangka Berfikir	37
2.4	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.2.1	Definisi Operasional	41
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	48
3.3.1	Populasi.....	48
3.3.2	Sampel.....	49
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	50
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.4.1	Sumber Data dan Jenis Data	50
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	51
3.5	Teknik Analisis Data	51
3.5.1	Uji Validitas.....	51
3.5.2	Uji Reliabilitas	52
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	54
3.5.3.3	Uji Heteroskedastitas	55
3.5.3.4	Uji Linearitas	56
3.6	Uji Hipotesis.....	56
3.6.1	Analisis Jalur Path.....	56
3.7	Uji Statistik.....	59
3.7.1	Uji T.....	59
3.7.2	Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Hasil.....	65
4.1.1	Gambar Umum Objek Penelitian.....	65

4.1.1.1	Sejarah Perusahaan Grab.....	65
4.1.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	66
4.1.1.3	Logo Perusahaan.....	67
4.1.2	Deskripsi Hasil Penelitian	67
4.1.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	70
4.2	Analisis Data	83
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
4.2.1.1	Uji Validitas	83
4.2.1.2	Uji Reliabilitas.....	85
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.2.1.3	Uji Multikolinearitas	87
4.2.1.4	Uji Heteroskedastisitas.....	88
4.2	Uji Hipotesis dan Uji Statistik.....	90
4.2.2.2	Sub Struktur I	90
4.2.2.3	Sub Struktur 2.....	91
4.2.2.4	Hasil Analisis Jalur (Path Analisis)	93
4.3.4	Uji t (Parsial) Sub Struktur I.....	98
4.3.6	Uji t Sub Struktur II	100
4.3.7	Uji Koefisien Determinan (R^2)	101
4.4	Pembahasan.....	102
4.4.2	Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	102
4.4.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	103
4.4.4	Pengaruh Kuaalitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	103
4.4.5	Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	104
4.4.6	Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	105
4.4.7	Pengaruh Harga (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui KepuasanPelanggan (Z)	106
4.5	Kendala dalam Penelitian.....	106
4.6	Matriks Hasil Penelitian.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan.....	109
5.2	Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Pra-Survey penelitian	5
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Responden berdasarkan Domisili	70
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X1)	71
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2).....	74
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	77
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	81
Tabel 4. 9Uji Validitas	84
Tabel 4. 10Uji Reliabilitas	85
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	86
Tabel 4. 12Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4. 13 Analisa Jalur Model I (Coefficients)	90
Tabel 4. 14Analisa Jalur Model 1 (Model Summary)	90
Tabel 4. 15 Analisa Jalur Model II (Coefficients).....	91
Tabel 4. 16 Analisa Jalur Model II (Model Summary).....	92
Tabel 4. 17Uji t Sub Struktur I.....	98
Tabel 4. 18 Koefisien Determinan Sub Struktur I.....	99
Tabel 4. 19 Uji t Sub Struktur II.....	100
Tabel 4. 20 Uji Koefisien Determinan Sub Struktur II.....	101
Tabel 4. 21 Matriks Hasil Penelitian.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data penggunaan aplikasi transportasi online di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	38
Gambar 3. 1 Kurva Uji t	60
Gambar 4. 1 Gambar Logo Perusahaan Grab	67
Gambar 4.2 Uji Normalitas	85
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas (Kepuasan Pelanggan)	87
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas (Loyalitas Pelanggan)	87

ABSTRACT

Silmi Rahmani, 20042010065, Effect of Service Quality and Price on Customer Loyalty through Customer Satisfaction as Intervening Variable (Study on Grab Bike Customers Among Generation Z Surabaya).

This study is a study of a quantitative type. This study used the Gen Z population in the Surabaya area who are Grab Bike customers who have used the service more than twice, with the amount of data known through BPS being 877,427 data. In determining the sample is used purposive sampling. Information is collected by distributing a questionnaire to the respondents, that is, giving 20 questions.

From the research we have obtained that the quality of service affects customer loyalty, price affects customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty, quality of service affects customer loyalty, price affects customer loyalty, quality of service affects customer loyalty through customer satisfaction, and price affects customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords : Quality of Service, Price, Customer Loyalty, Consumer Satisfaction, Generation Z

ABSTRAK

Silmi Rahmani, 20042010065, Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Grab Bike di kalangan Generasi Z Surabaya)

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan populasi Gen Z di wilayah Surabaya yang menjadi pelanggan Grab Bike yang telah melakukan penggunaan layanan lebih dari dua kali, dengan jumlah data yang diketahui melalui BPS yaitu sebanyak 877.427 data. Dalam menentukan sampel digunakan purposive sampling. Informasi dikumpulkan dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden, yaitu memberikan 20 pertanyaan.

Dari penelitian yang telah dilakukan didapatkan yaitu kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen, Generasi Z