

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario di Sidoarjo)**

SKRIPSI



Oleh :

NABILA YASMIN WIDYANA DAMAYANTI
NPM. 20042010203

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

SURABAYA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Motor Honda Varlo di Sidoarjo)**

SKRIPSI



Oleh :

NABILA YASMIN WIDYANA DAMAYANTI
NPM. 20042010203

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario di Sidoarjo)**


Disusun Oleh :

NABILA YASMIN WIDYANA DAMAYANTI
NPM. 20042010203

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


BUDI PRABOWO, S.SOS., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario di Sidoarjo)**

Disusun Oleh :

NABILA YASMIN WIDYANA DAMAYANTI
NPM. 20042010203

Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 28 Maret 2024

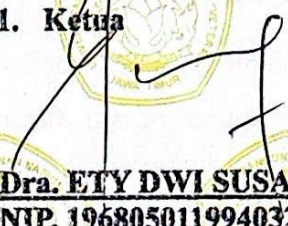
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


BUDI PRABOWO, S.SOS., M.M
NIP. 196210161988031001


Dra. ETY DWI SUSANTI, M.Si
NIP. 196805011994032081

2. Sekretaris


Dr. Ir. RUSDI HIDAYAT N, M.Si
NIP. 196112241989031007

3. Anggota


BUDI PRABOWO, S.SOS., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. CATUR SURATNOAJI, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabila Yasmin Widyana Damayanti

NPM : 20042010203

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Honda Vario di Sidoarjo)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 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 plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 28 Maret 2024

Yang Membuat Pernyataan



Nabila Yasmin Widyana Damayanti
NPM. 20042010203

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi ALLAH S.W.T. atas kehadirannya yang telah memberikan Rahmat dan hidayat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario di Sidoarjo)”**. Skripsi saya tujukan sebagai salah satu syarat pemenuhan dalam penyelesaian Pendidikan Strata-1 program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.”

Penulias menyadari didalam penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Terutama penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.SOS., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan arahan dan masukan dengan penuh kesabaran, perhatian dan motivasi serta meluangkan waktu demi terselesaikannya skripsi ini.

Tidak hanya itu, penulis hendak mengucapkan terimakasih juga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara psikologis maupun fisik sehingga proposal ini dapat selesai. Ucapan terimakasih ini penulis berikan 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.M., M.A 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. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi;
5. Teman – teman seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi;

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan. Untuk itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi perbaikan skripsi saya.

Surabaya, Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.1.1 Pengetian Pemasaran	18
2.2.1.2 Fungsi Pemasaran.....	20
2.2.1.3 Manajemen pemasaran	21
2.2.2 Perilaku Konsumen	22
2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	22
2.2.2.2 Indikator Perilaku Konsumen.....	23
2.2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.2.3 Kualitas Produk.....	27
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	27
2.2.3.2 Indikator Kualitas Produk	28

2.2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	29
2.2.4	Kualitas Pelayanan	30
2.2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan	33
2.2.4.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	34
2.2.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	34
2.2.5	Kepuasan Pelanggan	33
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	33
2.2.5.2	Indikator Kepuasan Pelanggan	34
2.2.5.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	35
2.2.6	Loyalitas Pelanggan	36
2.2.6.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan	36
2.2.6.2	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	37
2.2.6.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	38
2.3	Kerangka Berpikir	39
2.4	Hipotesis	41
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Lokasi dan Jadwal Penelitian	42
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	42
3.2.2	Jadwal Penelitian.....	42
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.3.1	Definisi Operasional.....	43
3.3.2	Pengukuran Variabel	46
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	47
3.4.1	Populasi.....	47
3.4.2	Sampel.....	48
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data	50
3.5.1	Jenis Data	50
3.5.2	Sumber Data.....	50
3.5.3	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.6	Teknik Analisis Data.....	51

3.6.1	Analisis Partial Least Square (PLS).....	52
3.6.1.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
3.6.1.1.1	Uji Validitas	53
3.6.1.1.2	Uji Reabilitas	55
3.6.1.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	56
3.6.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	57
3.6.3	Tahapan Metode Analisis	58
BAB IV	PEMBAHASAN	65
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
4.1.1	Profil Perusahaan	65
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	72
4.1.3	Logo Perusahaan	72
4.2	Penyajian Hasil Penelitian.....	78
4.2.1	Dekripsi Karakteristik Responden	78
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	83
4.3	Analisis PLS dan Uji Hipotesa Penelitian.....	93
4.3.1	Analisa Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	93
4.3.1.1	Uji Validitas	94
4.3.1.2	Uji Reabilitas	97
4.3.2	Analisa Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	99
4.3.2.1	Uji Kebaikan Model (<i>Goodness Of Fit</i>).....	100
4.3.2.2	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	102
4.3.2.3	Indirect Effect	104
4.3.3	Uji Hipotesis	106
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	109
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	109
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	110
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	111
4.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
4.4.6	Pengaruh Kualitas Produk Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	114

4.4.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	115
4.5	Matriks Hasil Penelitian	116
BAB V	PENUTUP	122
5.1	Kesimpulan.....	122
5.2	Saran	123
DAFTAR PUSTAKA.....		124
LAMPIRAN.....		127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dg Penggunaan Sepeda Motor Tertinggi	5
Gambar 1. 2 Data Penjualan Motor di Indonesia Tahun 2023	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3, 1 Skala Likert.....	47
Gambar 4. 1 Logo Honda	72
Gambar 4. 2 Vario 110 (2005 – 2014)	73
Gambar 4. 3 Vario Techno/CBS 110.....	74
Gambar 4. 4 Vario FI/eSP 110	75
Gambar 4. 5 Vario 125.....	76
Gambar 4. 6 Vario 150.....	77
Gambar 4. 7 Vario 160.....	77
Gambar 4. 8 <i>Outer Model</i>	93
Gambar 4. 9 <i>Inner Model</i>	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Sepeda Motor Matic Tahun 2021-2023	9
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	81
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Isi Bensin.....	82
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X₁)	83
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)	86
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	89
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	91
Tabel 4. 10 Hasil <i>Outer Loading</i>	94
Tabel 4. 11 <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	95
Tabel 4. 12 Hasil Cross Loading	96
Tabel 4. 13 <i>Composite Reability</i>	97
Tabel 4. 14 <i>Cronbach Alpha</i>	98
Tabel 4. 15 <i>Variance Inflation Factor (VIF)</i>	99
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	101
Tabel 4. 17 <i>Path Analysis</i>	103
Tabel 4. 18 <i>Indirect Effect</i>	105
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis	106
Tabel 4. 20 Matriks Hasil Penelitian	116
Tabel 5. 1 Data Karakteristik Responden	132

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : KUESIONER	127
LAMPIRAN 2 :TABULASI DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	132
LAMPIRAN 3 : TABULASI JAWABAN RESPONDEN	139
LAMPIRAN 4 : <i>Outer Model dan Inner Model</i>	141
LAMPIRAN 5 : NILAI <i>OUTER LOADING</i>	142
LAMPIRAN 6 : <i>Construct Reliability and Validity</i>	142
LAMPIRAN 7 : <i>Cross Loading</i>	143
LAMPIRAN 8 : <i>Variance Inflation Factor Outer and Inner Model</i>	143
LAMPIRAN 9 : <i>R-SQUARE</i>	143
LAMPIRAN 10 : <i>Path Coefficients</i>	144
LAMPIRAN 11 : <i>Indirect Effect</i>	144

ABSTRAK

Nabila Yasmin Widyana Damayanti (20042010203), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Motor Honda Vario di Sidoarjo)

Suatu bisnis pastinya terdapat pesaing dimana penting untuk melihat berhasil tidaknya produk dan pelayanan untuk dapat menentukan Tindakan apa yang perlu diambil untuk mengungguli pesaing. Harapannya, produk Honda Vario dapat bersaing dengan kompetitor lain yang memiliki produk serupa dengan selalu meningkatkan penjualannya, sehingga posisinya dapat naik ke puncak dan posisinya tidak tergeser oleh merek lain. Maka dari itu, dilakukannya penelitian ini guna untuk mengetahui jika terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada pengguna motor honda Vario di Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis *Partial Least Square (PLS)* dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Diketahui hasil dari penelitian ini menunjukkan bahawa 1) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 3) kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4) kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 5) kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 6) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. 7) kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Honda Vario

ABSTRACT

**Nabila Yasmin Widyana Damayanti (20042010203), *The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable*
(Study of Honda Vario Motorcycle Users in Sidoarjo)**

A business definitely has competition where it is important to see whether the products and services are successful or not to be able to determine what actions need to be taken to outperform competitors. The hope is that the Honda Vario product can compete with other competitors who have similar products by always increasing sales, so that its position can rise to the top and its position will not be displaced by other brands. Therefore, this research was carried out in order to find out if there is an influence of product quality and service quality on customer loyalty through customer satisfaction among Honda Vario motorbike users in Sidoarjo. The sampling technique used in this research was purposive sampling with a total of 100 respondents. The method used in this research is Partial Least Square (PLS) analysis using SmartPLS 4.0 software. It is known that the results of this research show that 1) product quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. 2) service quality has a positive and significant influence on customer loyalty. 3) product quality does not have a positive and insignificant influence on customer loyalty. 4) service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction. 5) customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty. 6) product quality has a positive and significant influence through customer satisfaction on customer loyalty. 7) service quality has a positive and significant influence through customer satisfaction on customer loyalty.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Honda Vario