

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING PADA JASA CUCI SEPATU  
SHOESSIMPLE.ID DI KABUPATEN SIDOARJO**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
DAMMANDTYO TEGAR SAMUDRA  
NPM. 20042010153**

**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**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA CUCI  
SEPATU SHOESIMPLE.ID DI KABUPATEN SIDOARJO**

Disusun Oleh :


**DAMMANDTYO TEGAR SAMUDRA**

**NPM. 20042010153**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**PEMBIMBING**

  
**Dr. Ir. Rusdi Hidayat N. M. Si**  
**NIP. 196112241989031007**

Mengetahui,

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Catur Suratnoaji, M. Si**  
**NPT. 196804182021211006**



**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA CUCI SEPATU SHOESIMPLE.ID DI KABUPATEN SIDOARJO**

Disusun Oleh :

**DAMMANDTYO TEGAR SAMUDRA**  
NPM. 20042010153

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 8 Mei 2024

Menyetujui :

**PEMBIMBING UTAMA**

  
**Dr. Ir. Rusdi Hidavat N. M.Si**  
NIP. 196112241989031007

**TIM PENGUJI**


1. Ketua

  
**Dr. Acep Samsudin S.Sos. MM. MA**  
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


  
**Dr. Ir. Rusdi Hidavat N. M.Si**  
NIP. 196112241989031007

3. Anggota

  
**Indah Respati Kusumasari S.Sos. M.Si**  
NIP. 1986041720201220007

Mengetahui,

**DEKAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji M. Si**  
NPT. 196804182021211006



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Dammandtyo Tegar Samudra

NPM : 20042010153

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA JASA CUCI SEPATU SHOESSIMPLE.ID DI KABUPATEN SIDOARJO**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya 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, 15 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



**Dammandtyo Tegar Samudra**

**NPM. 20042010153**

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan menghormati atas keberadaan Tuhan Yang Maha Esa, serta berkat dan anugerah-Nya yang telah memungkinkan saya menyelesaikan skripsi dengan judul " Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id di Kabupaten Sidoarjo."

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Ir. Rusdi Hidayat, M.Si selaku pembimbing utama saya dalam penulisan penelitian skripsi ini. Beliau telah memberikan waktu, tenaga, dan pemikirannya dengan baik dalam memberikan bimbingan, petunjuk, dan semangat kepada saya. Selain itu, saya juga ingin mengungkapkan rasa 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. Selaku Ketua 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 yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Orang tua, keluarga, dan sanak saudara yang selalu mendoakan demi kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dan untuk seluruh pihak telah memberikan doa dan dukungan

Penulis menyadari bahwa terdapat sejumlah kelemahan dan ketidaksempurnaan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerima kritik, saran, dan masukan yang konstruktif dari berbagai pihak. Diharapkan bahwa skripsi ini dapat memberikan nilai tambah dalam hal pengetahuan, bukan hanya bagi penulisnya tetapi juga bagi pembaca dan semua individu yang terlibat.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori .....	18
2.2.1 Pemasaran .....	18
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	19
2.2.3 Harga.....	21
2.2.4 Kualitas Produk.....	24
2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	33
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.2 Hubungan Antara Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.3 Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	36

2.3.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.5 Hubungan Antara Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	37
2.3.6 Hubungan Antara Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	37
2.3.7 Hubungan Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	38
2.4 Kerangka Berpikir .....	38
2.5 Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	41
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.2.1 Definisi Operasional .....	41
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	44
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	46
3.3.1 Populasi.....	46
3.3.2 Sampel .....	47
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.4.1 Jenis Data.....	49
3.4.2 Sumber Data .....	50
3.4.3 Pengumpulan Data.....	50
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	50
3.5.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.4 Uji Hipotesis .....	57
3.6 Jadwal Pelaksanaan Penelitian .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Hasil.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.1.2 Penyajian Data Hasil Penelitian.....	66
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel .....	69



4.1.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	87
4.2 Pembahasan .....	112
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	112
4.2.2 Pengaruh Harga ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	112
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	113
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	113
4.2.5 Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	114
4.2.6 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	115
4.2.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) .....	115
4.2.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	116
4.2.9 Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	116
4.2.10 Pengaruh Kualitas Produk ( $X_3$ ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z).....	117
4.3 Matriks Hasil Penelitian .....	118
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>123</b>
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>130</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Harga Treatment Shoessimple.id .....	5
Tabel 1.2 Harga Treatment Cloudcleaner .....	5
Tabel 1.3 Jumlah Repeat Order Treatment Deep Clean Customer Shoessimple.id Pada Bulan April-Agustus 2023 .....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Bebas .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Terikat .....	43
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Intervening .....	44
Tabel 3.4 Instrumen Skala Likert .....	46
Tabel 3.5 Jadwal Penelitian.....	63
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili .....	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Status Pendidikan .....	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman menggunakan Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id .....	69
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X1) .....	70
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Harga (X2) .....	74
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X3) .....	788
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	82
Tabel 4. 10 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	88
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas .....	90
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linieritas.....	93
Tabel 4. 16 Matriks Hasil Penelitian.....	118

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	39
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan $H_0$ (Uji T).....	59
Gambar 3.2 Diagram Analisis Jalur .....	60
Gambar 4. 1 Logo Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id .....	64
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	92
Gambar 4. 3 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) .....	96
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Uji t Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) .....	97
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) .....	98
Gambar 4. 6 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	102
Gambar 4. 7 Kurva Hasil Uji t Variabel Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	103
Gambar 4. 8 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	104
Gambar 4. 9 Kurva Hasil Uji t Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner .....	130
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden .....	134
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)..	144
Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga (X2).....	148
Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....	153
Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)..	158
Lampiran 7 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)..	162
Lampiran 8 Uji Validitas.....	167
Lampiran 9 Uji Reliabilitas .....	170
Lampiran 10 Uji Multikolinearitas .....	170
Lampiran 11 Uji Linieritas.....	171

## ABSTRAK

### **DAMMANDTYO TEGAR SAMUDRA, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id di Kabupaten Sidoarjo**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id di Kabupaten Sidoarjo. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel pelanggan yang telah menggunakan layanan Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis jalur (path analysis) untuk menguji hubungan antar variabel yang diusulkan dalam model. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berperan sebagai variabel intervening yang signifikan untuk memediasi hubungan antara kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk dengan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini memiliki  $t_{hitung} > t_{table}$ , dengan nilai  $t_{table}$  sebesar 1,652. Implikasi manajerial dari temuan ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dalam industri jasa cuci sepatu, serta memberikan paduan bagi manajemen Jasa Cuci Sepatu Shoessimple.id dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

**DAMMANDTYO TEGAR SAMUDRA, Analysis of the Influence of Service Quality, Price and Product Quality on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction as an Intervening Variable in Shoessimple.id Shoe Washing Services in Sidoarjo Regency.**

This study aims to analyze the effect of service quality, price, and product quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable at Shoessimple.id Shoe Washing Services in Sidoarjo Regency. The survey method was carried out by distributing questionnaires to a sample of customers who had used the Shoessimple.id Shoe Washing Service service. The collected data were analyzed using path analysis techniques to test the relationship between the variables proposed in the model. The results of this study indicate that service quality, price, and product quality significantly affect customer satisfaction. In addition, customer satisfaction also acts as a significant intervening variable to mediate the relationship between service quality, price, and product quality with customer loyalty. In this study, it has  $t_{count} > t_{table}$ , with a  $t_{table}$  value of 1.652. The managerial implications of these findings provide a better understanding of the factors that can increase customer loyalty in the shoe washing service industry, as well as provide a blend for the management of Shoessimple.id Shoe Washing Services in improving the quality of their services.

Keywords: Service Quality, Price, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty