

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI SL STADIUM SIDOARJO

SKRIPSI



OLEH

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN
NPM. 20042010015

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 LAYANAN, HARGA, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI SL STADIUM SIDOARJO**

SKRIPSI



OLEH

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN
NPM. 20042010015

**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 LAYANAN, HARGA, DAN BRAND IMAGE
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI SL STADIUM
SIDOARJO**

Disusun oleh :

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN

NPM. 20042010015

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA

Nurul Azizah, S.AB., M.AB

NPT. 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI SL STADIUM SIDOARJO

Disusun oleh :

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN

NPM. 20042010015

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 18 Juli 2024

Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua

Nurul Azizah, S.A.B., M.A.B

NPT. 17219910501002

Dra. Siti Ning Farida, M.Si

NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris

Yanda Bara Kusuma, S.A.B., M.A.B

NIP. 198910302020121007

3. Anggota

Nurul Azizah, S.A.B., M.A.B

NPT. 17219910501002

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Maulana Ramadhan
NIM : 20042010015
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan *Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening di SL Stadium Sidoarjo

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN “Veteran” Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juli 2024

Yang Menyatakan



(Muhammad Maulana Ramadhan)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di SL Stadium Sidoarjo”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Nurul Azizah S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan segala perhatian dan bantuannya dengan memberikan saran, arahan serta nasihat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis juga ini menyampaikan banyak ucapan terimakasih 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., MM., MA. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Jajok Dwiridhotjahjono, M.Si selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama perkuliahan.
4. Nurul Azizah, S.AB.,M.AB selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama pengerjaan skripsi

5. 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.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, doa restu serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Serta untuk seluruh pihak yang telah memberikan doa dan dukungan.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi siapapun yang membacanya. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk memperbaiki skripsi ini.

Surabaya, 2024

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GRAFIK	xi
ABSTRAK	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Pustaka	17
2.2.1 Teori Pemasaran	17
2.2.2 Kualitas Layanan	25
2.2.3 Harga	29
2.2.4 <i>Brand Image</i>	32
2.2.5 Loyalitas Pelanggan.....	38
2.2.6 Kepuasan Pelanggan.....	43
2.3 Hubungan Antar Variabel	48
2.4 Kerangka Berfikir	50
2.5 Hipotesis	52
BAB III	54

METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	55
3.2.1 Definisi Operasional	55
3.2.2 Pengukuran Variabel	56
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	57
3.3.1 Populasi	57
3.3.2 Sampel	58
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	59
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.4.1 Jenis Data.....	60
3.4.2 Sumber Data	60
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	61
3.5 Teknik Analisis Data.....	62
3.5.1 Uji Validitas.....	62
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	63
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	64
3.5.4 Uji Hipotesis	67
3.6 Jadwal Penelitian	71
BAB IV	73
HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil.....	73
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	75
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	78
4.4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	92
4.4.1 Uji Validitas	92
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	93
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	94
4.4.4 Path Analysis	98
4.5 Pembahasan	116

4.5.1 Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	116
4.5.2 Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	117
4.5.3 Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	118
4.5.4 Pengaruh Kualitas Layanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	119
4.5.5 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	120
4.5.6 Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	121
4.5.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	122
4.5.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	123
4.5.9 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	125
4.5.10 Pengaruh Brand Image (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) Melalui Kepuasan Pelanggan (Z)	126
4.6 Matriks Hasil Penelitian	128
BAB V	131
PENUTUP	131
5.1 Kesimpulan	131
5.2 Saran	134
DAFTAR PUSTAKA	136
LAMPIRAN	140

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kurva Uji T	68
Gambar 3. 2 Kurva Uji Simultan (Uji F)	69
Gambar 4. 1 Logo SL Stadium	75
Gambar 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	96
Gambar 4. 3 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z)	101
Gambar 4. 4 Kurva Hasil Uji t Variabel Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	102
Gambar 4. 5 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Image (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	103
Gambar 4. 6 Kurva Hasil Uji t Variabel Kualitas Layanan (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	107
Gambar 4. 7 Kurva Hasil Uji t Variabel Harga (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	108
Gambar 4. 8 Kurva Hasil Uji t Variabel Brand Image (X3) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	109
Gambar 4. 9 Kurva Hasil Uji t Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	55
Tabel 3. 2 Skala Likert	57
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	76
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	77
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Registrasi Member.....	78
Tabel 4. 5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan (X1)....	79
Tabel 4. 6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Harga (X2)	82
Tabel 4. 7 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Brand Image (X3)	84
Tabel 4. 8 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	86
Tabel 4. 9 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	88
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas.....	92
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	93
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	94
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	95
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas	97
Tabel 4. 15 Hasil Uji Path.....	98
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	103
Tabel 4. 17 Hasil Uji Path Sub Struktur II.....	104
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Sub Struktur II.....	110
Tabel 4. 19 Matriks Hasil Penelitian.....	128

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Jumlah Pelanggan SL Stadium	4
Grafik 1. 2 Harga Sewa Lapangan Futsal di Sidoarjo.....	6
Grafik 2. 1 Kerangka Berpikir	52

ABSTRAK

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN, 20042010015, PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di SL Stadium. Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui distribusi kuesioner. Sampel sebanyak 151 individu dipilih menggunakan rumus Cochran dan teknik Non-Probability Sampling - Purposive Sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi jalur (path regression) di SPSS 25. Temuan menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan dari kualitas layanan, harga, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan di SL Stadium Sidoarjo. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, harga, dan citra merek berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan di SL Stadium, penyedia layanan sewa lapangan futsal. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi, termasuk lapangan futsal yang bersih, fasilitas yang memadai, dan pelayanan yang ramah, secara positif memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

MUHAMMAD MAULANA RAMADHAN, 20042010015, THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE AT SL STADIUM SIDOARJO

This research aims to analyze the influence of service quality, price, and brand image on customer loyalty through customer satisfaction at SL Stadium. The study adopts a quantitative approach, collecting data through questionnaire distribution. A sample of 151 individuals was selected using the Cochran formula and Non-Probability Sampling - Purposive Sampling technique. Data analysis was conducted using path regression in SPSS 25. The finding indicate a significant positive influence of service quality, price and brand image on customer loyalty in SL Stadium Sidoarjo. From the results of this study, it can be concluded that service quality, price, and brand image have a significant impact on customer loyalty through satisfaction at SL Stadium, a futsal rental service provider. The research indicates that high service quality, including clean futsal courts, adequate facilities, and friendly service, positively influences customer satisfaction

Keywords: Service Quality, Price, Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction