

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA TOM SUSHI SURABAYA)**

SKRIPSI



Oleh:

Bebyzanna Bella Faumara

NPM. 21042010138

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN**

PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

(STUDI PADA TOM SUSHI SURABAYA)

Disusun Oleh:

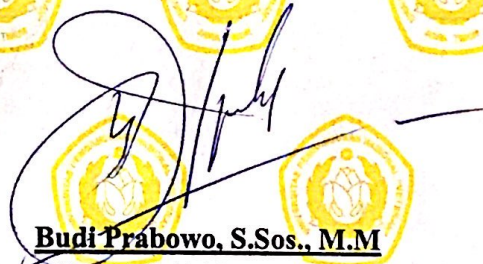
BEBYZANNA BELLA FAUMARA

NPM. 21042010138

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama



Budi Prabowo, S.Sos., M.M

NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(STUDI PADA TOM SUSHI SURABAYA)**

Oleh:

BEBYZANNA BELLA FAUMARA

NPM. 21042010138

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 7 Mei 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji:

1. Ketua


Budi Prabowo S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001


Dr. Ir. Rusdi Hidayat Nugroho, M.Si
NIP. 196112241989031007

2. Sekretaris


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

3. Anggota


Budi Prabowo S.Sos., M.M
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN


Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bebyzanna Bella Faumara
NPM : 21042010138
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 09 Mei 2025

Yang membuat pernyataan


Bebyzanna Bella Faumara
NPM. 21042010138

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan penghormatan, penulis mengucapkan Alhamdulillah atas segala limpahan karunia Allah SWT, sehingga skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Tom Sushi Surabaya)"** dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai persyaratan akademik guna mendapat gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) di Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, UPN "Veteran" Jawa Timur. Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang mendalam pada Budi Prabowo, S.Sos., M.M., sebagai Dosen Pembimbing, serta kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moral ataupun material demi kelancaran penyusunan skripsi ini, yakni kepada:

1. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN "Veteran" Jawa Timur..
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., sebagai Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN "Veteran" Jawa Timur.
3. Para dosen di Program Studi Administrasi Bisnis, UPN "Veteran" Jawa Timur, yang sudah membimbing dan memberi wawasan selama masa perkuliahan.
4. Yayuk Endang Triani, S.T selaku mama sekaligus merangkap peran sebagai ayah bagi penulis. Terima kasih mendalam penulis ucapkan karena telah

merawat, mendidik, memotivasi, dan mendoakan penulis agar selalu memiliki tujuan hidup.

5. Sabhina Agni Naenara, Hadaana Sabiila, Erica Trisnawati, Della Widyanti, S.Tr.T., Dienda Nur Fitria Ashari, S.Pd., dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu serta seorang laki-laki yang pernah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, terima kasih telah memberikan motivasi dan dukungan emosional secara konsisten selama penulis menempuh studi hingga saat ini.
6. Seluruh responden yang telah berkontribusi dalam pengisian kuesioner, serta seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan penulis dalam rangka melancarkan penelitian.

Penulis memahami bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik serta saran sangat dibutuhkan agar dapat menyempurnakan tulisan ini di masa mendatang. Penulis mengharapkan karya ini bisa berguna bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

Surabaya, Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Pemasaran	16
2.2.2 Kualitas Layanan	19
2.2.3 Kualitas Produk	21
2.2.4 Harga.....	24
2.2.5 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.6 Loyalitas Pelanggan.....	27

2.3	Hubungan Antar Variabel.....	29
1.3.1	Hubungan Kualitas Layanan pada Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.2	Hubungan Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan.....	29
2.3.3	Hubungan Harga pada Kepuasan Pelanggan	30
2.3.4	Hubungan Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.5	Hubungan Kualitas Produk pada Loyalitas Pelanggan.....	30
2.3.6	Hubungan Harga pada Loyalitas Pelanggan	31
2.3.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan pada Loyalitas Pelanggan	31
2.3.8	Hubungan Kualitas Layanan pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.9	Hubungan Kualitas Produk pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	32
2.3.10	Hubungan Harga pada Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	32
2.4	Kerangka Berfikir.....	33
2.5	Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Jenis Penelitian.....	36
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
3.2.1	Definisi Operasional	36
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	38
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	38
3.3.1	Populasi.....	38

3.3.2	Sampel	38
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1	Jenis Data	40
3.4.2	Sumber Data.....	40
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1	Validasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	41
3.5.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	43
3.5.3	Uji Path Analysis	43
3.5.4	Uji Hipotesis.....	45
3.6	Waktu Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	48
4.2.1	Karakteristik Responden.....	48
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3	Hasil Penelitian	65
4.3.1	Hasil Evaluasi <i>Outer Model</i>	65
4.3.2	Hasil Evaluasi <i>Inner Model</i>	69
4.3.3	Path Analysis	71
4.3.4	Uji Hipotesis.....	73
4.4	Pembahasan.....	74

4.4.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Tom Sushi Surabaya.....	75
4.4.3	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Tom Sushi Surabaya	75
4.4.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Tom Sushi Surabaya.....	76
4.4.5	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Tom Sushi Surabaya.....	77
4.4.6	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Tom Sushi Surabaya	77
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Tom Sushi Surabaya	78
4.4.8	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Tom Sushi Surabaya	78
4.4.9	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Tom Sushi Surabaya	79
4.4.10	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Tom Sushi Surabaya	79
4.5	Matriks Penelitian.....	80
BAB V PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Keterbatasan.....	84
5.3	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		86

LAMPIRAN	89
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Peringkat TasteAtlas Awards 2023/2024	5
Gambar 1. 2	Menu Andalan Pelanggan Tom Sushi.....	6
Gambar 1. 3	Ulasan Pelanggan Tom Sushi Pada Google	8
Gambar 2. 4	Kerangka Berfikir.....	33
Gambar 3. 1	Diagram Jalur	44
Gambar 4. 1	Logo Tom Sushi	46
Gambar 4. 2	Grafik <i>Bootstrapping</i>	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Tempat Makan di Kota Wilayah Jawa Timur 2015-2018.....	1
Tabel 1. 2 Daftar Lokasi Restoran Tom Sushi Kota Surabaya	5
Tabel 1. 3 Daftar Harga Menu Tom Sushi	7
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	36
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	38
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian	45
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4. 3 Responden Berdsarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	51
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan.....	52
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	55
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga	58
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 4. 10 Hasil <i>Outer Loading</i>	65
Tabel 4. 11 Hasil AVE	66
Tabel 4. 12 Hasil <i>Cross Loading</i>	67
Tabel 4. 13 Hasil <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4. 14 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i>	68
Tabel 4. 15 Hasil <i>R-Squared Adjusted</i>	69
Tabel 4. 16 Hasil Kelengkapan Model	70

Tabel 4. 17 Hasil <i>Path Coefficient</i>	71
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis.....	73
Tabel 4. 18 Matriks Hasil Penelitian	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Tanggapan Responden.....	97
Lampiran 4 Hasil Output SmartPls	100
Lampiran 5 Hasil Grafik SmartPls.....	102

ABSTRAKSI

**Bebyzanna Bella Faumara (21042010138), Pengaruh Kualitas Layanan,
Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan
Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening*
(Studi Pada Tom Sushi Surabaya)**

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana kualitas layanan, kualitas produk, dan harga mampu membentuk loyalitas pelanggan, dengan kepuasan pelanggan sebagai penghubung, pada Tom Sushi Surabaya. Riset ini berangkat dari fenomena meningkatnya tren kuliner Jepang di Indonesia serta kebutuhan bisnis untuk menjaga pelanggan tetap setia di tengah persaingan ketat. Dengan pendekatan kuantitatif dan teknik purposive sampling terhadap 100 responden, data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kualitas produk serta harga memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas layanan tidak menunjukkan pengaruh berarti. Loyalitas pelanggan terbukti dipengaruhi oleh harga dan tingkat kepuasan, namun tidak secara langsung oleh kualitas layanan maupun produk. Di sisi lain, kepuasan pelanggan berperan sebagai perantara dalam hubungan antara kualitas produk serta harga terhadap loyalitas, tetapi tidak berlaku pada kualitas layanan.

Kata kunci: kualitas layanan, kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Bebyzanna Bella Faumara (21042010138), *The Effect of Service Quality, Product Quality, and Price on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable*
(Study at Tom Sushi Surabaya)

This research was conducted to examine the extent to which service quality, product quality, and price are able to shape customer loyalty, with customer satisfaction as the link, at Tom Sushi Surabaya. This research departs from the phenomenon of increasing Japanese culinary trends in Indonesia as well as the business need to keep customers loyal in the midst of fierce competition. Using a quantitative approach and purposive sampling technique of 100 respondents, the data was analyzed using the Partial Least Square (PLS) method. The research findings show that product quality and price have a positive and significant impact on customer satisfaction, while service quality does not show a significant influence. Customer loyalty was shown to be influenced by price and satisfaction level, but not directly by service or product quality. On the other hand, customer satisfaction plays an intermediary role in the relationship between product quality and price and loyalty, but not service quality.

Keywords: service quality, product quality, price, customer satisfaction, customer loyalty