

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PT SURVEYOR INDONESIA  
(PERSERO)**



**Oleh:**  
**ARENCCA PINATA WIDODO**  
**NPM : 17.202.10905**

**Program Studi: Manajemen**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**  
**(STIESIA)**  
**SURABAYA**  
**2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PT SURVEYOR INDONESIA  
(PERSERO)**



**Oleh:**  
**ARENAGGA PINATA WIDODO**  
**NPM : 17.202.10905**

**Program Studi: Manajemen**  
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**  
**(STIESIA)**  
**SURABAYA**  
**2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PT SURVEYOR INDONESIA  
(PERSERO)**



**Program Studi: Manajemen  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
(STIESIA)  
SURABAYA  
2020**

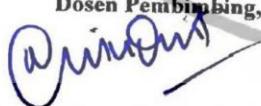
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA  
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PT SURVEYOR INDONESIA  
(PERSERO)**

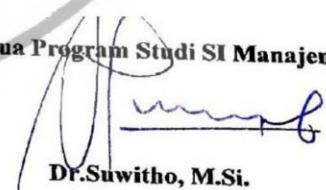
Dipersiapkan dan Disusun oleh:  
**ARENCCA PINATA WIDODO**  
**NPM : 17.202.10905**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 08 September 2020

Susunan Tim Penguji:  
Ketua : Dr.Triyonowati, M.Si  
Anggota : 1. Ir. Pontjo Bambang Mahargiono,M.M.  
2. Dr.Anindhyta Budiarti, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima  
Oleh:

Dosen Pembimbing,  
  
**Dr.Anindhyta Budiarti,S.E., M.M.**

Ketua Program Studi SI Manajemen  
  
**Dr.Suwitho, M.Si.**



Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **ARENGGA PINATA WIDODO**

N.P.M : **17.202.10905**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DIMEDIASI  
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT  
SURVEYOR INDONESIA (PERSERO).** Diajukan untuk diuji pada tanggal ,  
adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 6 Juli 2020

Yang membuat pernyataan,



**ARENGGA PINATA WIDODO**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Arengga Pinata Widodo  
NPM : 17.202.10905  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/7 Juli 1994  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak ke : 2/1  
Alamat Rumah : Jl. Manukan Rejo Blok 3J/13 Surabaya  
Status : Karyawan

### B. ORANG TUA

Nama : Andhi Sugeng Widodo  
Alamat Rumah/Telepon : JL. Manukan Rejo Blok 3J/13 Surabaya  
Alamat Kantor/Telepon : Bukit Palma Blok B2/11 Citraland Utara  
Pekerjaan/Jabatan : Wiraswasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di : SDN Manukan Kulon V Surabaya
2. Tamat SMP di : SMPN 20 Surabaya
3. Tamat SMA di : SMAN 22 Surabaya
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
Universitas Airlangga (UNAIR)	Surabaya	1-6 Semester	2012-2015	Lulus

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
2016 – 2020	PT Surveyor Indonesia (Persero)	Staf	Staf Keuangan

Dibuat dengan sebenarnya

FOTO

ARENGGA PINATA.W

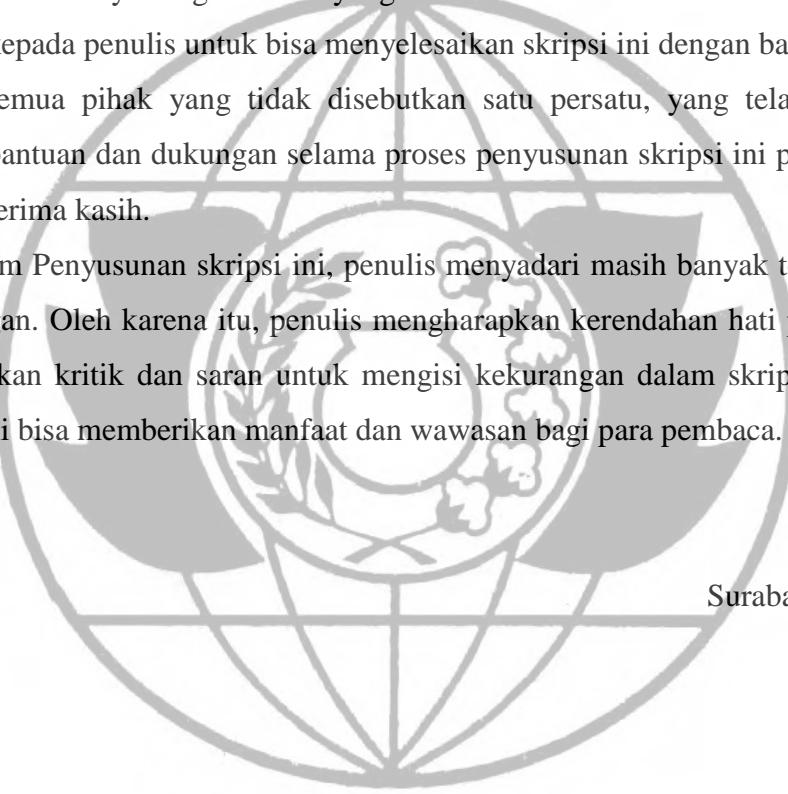
## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT SURVEYOR INDONESIA (PERSERO)**” dengan baik.

Penulisan skripsi ini disusun dan ditujukan sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas bantuan dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis bermaksud untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Dr.Nur Fadjrih Asyik,S.E., M.Si.,Ak.,CA selaku ketua STIESIA yang telah membantu dan memberikan bimbingan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Dr.Anindhyta Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi.Terima kasih atas waktu,bimbingan dan nasehatnya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Dr.Suwitho, M.Si. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.
5. Bapak Andhi Sugeng Widodo, Ibu Naning Purwantini dan Adik Anin Pinashi Widodo yang selama ini telah mendukung penulis untuk berjuang menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian.

- 
7. Teman-teman Divisi Kasum PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini.
  8. Teman-teman seperjuangan STIESIA , Umar, Rian, Rizal, Reza, Firda, Oliv, Shinta, Alen dan Sulastyo, yang sudah menemani dan memotivasi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
  9. Untuk Miya Regita Putri yang sudah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
  - 10.Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini penulis ucapkan terima kasih.

Dalam Penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk mengisi kekurangan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat dan wawasan bagi para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 6 Juli 2020

Arengga Pinata Widodo

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB 1 : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
<b>BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>

2.1 Tinjauan Teori .....	8
2.1.1. Kualitas Pelayanan .....	8
2.1.2 Harga .....	18
2.1.3 Kepuasan Konsumen .....	24
2.1.4 Loyalitas .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Konseptual .....	38
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	38
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	38
2.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	39
2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	40
2.4.4 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	40
2.4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	41
2.4.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	42
2.4.7 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	42
<b>BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1. Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian .....	44
3.1.1. Jenis Penelitian .....	44

3.1.2. Populasi Penelitian .....	44
3.2. Teknik pengambilan Sampel.....	45
3.2.1 Penentuan Jumlah .....	45
3.2.2 Teknik <i>Sampling</i> .....	45
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	45
3.3.1. Jenis Data dan Sumber Data .....	45
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.4. Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	47
3.4.1. Variabel .....	47
3.4.2. Definisi Operasional Variabel .....	47
3.5. Teknik Analisis Data .....	51
3.5.1. Uji Instrumen .....	51
3.5.2. Analisis <i>Struktural Equation Model</i> .....	53
3.5.3 Uji Hipotesis .....	55
<b>BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	57
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	57
4.1.2. Gambaran Umum dan Subyek Penelitian .....	61
4.1.3. Deskriptif Hasil Penelitian .....	63
4.1.4. Uji Instrumen .....	69
4.1.5. Uji Asumsi Klasik .....	71
4.2 Pembahasan .....	77

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
4.2.2 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
4.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	79
4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	80
4.2.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	81
4.2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	83
4.2.7 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	84
<b>BAB 5 : PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
5.1 Simpulan .....	86
5.2 Keterbatasan.....	88
5.3 Saran .....	89
<b>JADWAL PENELITIAN .....</b>	<b>91</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>95</b>

## DAFTAR TABEL

1.Perusahaan yang bergerak di bidang sertifikasi dan konsultansi .....	3
2.Penjualan Semester 1 Tahun 2019 .....	3
3.Maping Penelitian terdahulu .....	37
4.Kelas Interval .....	51
5.Karakteristik responden sesuai jenis kelamin .....	62
6.Karakteristik responden berdasarkan usia .....	62
7.Distribusi frekuensi berdasarkan kualitas pelayanan .....	64
8.Distribusi frekuensi berdasarkan harga .....	66
9.Distribusi frekuensi berdasarkan kepuasan konsumen .....	67
10.Distribusi frekuensi berdasarkan loyalitas konsumen .....	68
11.Hasil Uji Validitas .....	69
12.Hasil Uji Reliabilitas .....	70
13.Hasil Uji Normalitas .....	71
14.Hasi Uji <i>Goodness of fit</i> pada SEM .....	72
15. <i>Regression Weight Structural Model</i> .....	73

## **DAFTAR GAMBAR**

1. Kerangka Konseptual .....	38
2. Model Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	53
3. Structural Model Tahap Awal .....	72
4. Hasil Analisis <i>Preacher Tool</i> H6 .....	76
5. Hasil Analisis <i>Preacher Tool</i> H7 .....	76



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner Penelitian .....	95
2.Daftar Responden .....	98
3.Uji Instrumen.....	101
4.Uji Pengaruh tidak langsung .....	103
5.Surat Tugas .....	105
6.Kartu Konsultasi Bimbingan .....	106
7.Ijin Riset .....	108
8.Surat selesai riset dari perusahaan .....	109
9.Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi .....	110
10. Surat Keterangan bebas plagiasi.....	111
11.Hasil Plagiasi .....	112
12.Sertifikat Ekuitas .....	114

## ABSTRAK

Loyalitas konsumen adalah aspek terpenting yang harus di perhatikan bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa, karena bisa dianggap sebagai salah satu aset yang sangat penting. Selain itu terdapat beberapa aset penting yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dan harga yang dimediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen atas jasa sertifikasi dan konsultansi PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya.

Penelitian ini dilakukan pada PT Surveyor Indonesia (Persero) Cabang Surabaya. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, dimana peneliti menentukan pemilihan sampelnya diperoleh dengan kriteria-kriteria tertentu atas fenomena yang terjadi dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 101 sampel, Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur *path analysis* dengan menggunakan program AMOS 22.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Harga secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

## **ABSTRACT**

Consumer's loyalty is the most important aspect that needs to be considered by company, in which focus on service. Besides, this element becomes one of the crucial assets. Moreover, there are other essential assets which related on consumer's loyalty such as: service quality, price and consumer's satisfaction. Therefore, this research aimed to examine the effect of service quality and price which were intervened by consumer's satisfaction on its loyalty of PT Surveyor Indonesia (Persero), Surabaya which focus on certification and consultation service.

The population was PT Surveyor Indonesia (Persero), Surabaya While, the research was quantitative. Furthemore, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 101

Samples. Additionally, the data analysis technique used path analysis with AMOS 22.

The research result cocluded service quality as well as price had positive and significant effect on consumer's loyalty. Meanwhile, both service quality and price had positive and significant effect on consumer's satisfaction. In addition, consumer's satisfaction had positive and significant effect on its loyalty. In brief, service quality as well as price had indirect effect on consumer's loyalty through its satisfaction.

**Keywords:** Service Quality, Price, Consumer's Satisfaction, Consumer's Loyalty