

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA

Oleh:

Nama : Maximilian Marwin

NIM : 23130069

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

SEPTEMBER 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKOPEDIA

Diajukan oleh :

Nama : Maximilian Marwin

NIM : 23130069

Jakarta, 24 Agustus 2017

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Agus Salim, S.E., MBA., M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Maximilian Marwin / 23130069 / 2017 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Tokopedia / Pembimbing: Agus Salim, SE., MBA., MM.

Menyadari akan majunya waktu dan jaman, maka para masyarakat juga mengalami kemajuan dalam gaya hidup. Kemajuan dalam berbagai bidang mulai timbul dari adanya era informasi. Era ini memulai perkembangan cepat terhadap teknologi – teknologi di dunia. Perkembangan – perkembangan tersebut merubah struktur bisnis terus menerus, dari bisnis secara konvensional sampai bisnis yang bisa terjadi hanya dengan menekan sebuah tombol. Hal – hal ini dapat terjadi karena penemuan – penemuan yang selalu berkembang untuk memudahkan hidup manusia, dimulai dari telepon yang biasa dan tidak bisa dipindah, sampai dengan telepon genggam yang selalu berubah – ubah. Perkembangan yang paling memberikan potensi untuk masyarakat dan umat manusia adalah internet. Salah satu perusahaan besar yang melakukan perkembangan dalam bidang tersebut adalah PT. Tokopedia. Tokopedia.com merupakan salah satu mal online yang mengusung model bisnis *marketplace* dan *mall online*. Tokopedia.com resmi diluncurkan ke publik pada 17 Agustus 2009 di bawah naungan PT. Tokopedia yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada 6 Febuari sejak 2009.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Layanan yang memiliki dimensi Realibilitas (*Realibility*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Bukti Fisik (*Tangibles*). Selanjutnya adalah definisi dari Harga yang memiliki dimensi *List price, Discounts, Allowances, Payment period, dan Credit terms*. Definisi terakhir adalah definisi Loyalitas Pelanggan yang memiliki dimensi, melakukan pembelian secara teratur (*Makes regular repeat purchases*), membeli di luar lini produk / jasa (*Purchases across product and services lines*), merekomendasikan produk lain (*Refers other*), dan Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Obyek dari penelitian ini dalah Tokopedia. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan pengambilan sampel menggunakan *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*) dengan menggunakan SPSS 23.

Output yang dihasilkan SPSS 23 menyatakan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh yang diberikan merupakan pengaruh yang signifikan. Koefisien regresi kualitas layanan dan harga juga memiliki nilai yang positif sesuai dengan hipotesis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang ada dalam penelitian terbukti dan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian kembali dikarenakan hasil penelitian masih menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel yang lebih beragam sehingga mendapat hasil yang lebih luas.





ABSTRACT

Maximilian Marwin / 2313030069 / 2017 / Influence of Service Quality and Price on Customer Loyalty at Tokopedia / Instructor : Agus Salim, SE., MBA., MM.

Realizing about the advance of time and period, people lifestyle start to advance too. This advance hit a couple of subjects and it happen because the new information era. This era start the quick advance of technologies in the world. This advance start to change the business structure again and again, from conventional business to business that can be done with a push of a button. This things can happen because of human invention that always improve to make human lifestyle more convinient. Starting from telephone that stationary, and becoming mobile phone that always changes. The advance that give the most potential to human is internet. One of the big company that start in this kind of subject is Tokopedia Corp. Tokopedia.com is one of the online shopping mall that start with the idea of marketplace and online mall. Tokopedia.com is launched at public at 17 August 2009, in the care of Tokopedia Corp which was built by William Tanuwijaya and Leontinus Alpha Edison since 6 February 2009.

Theories that we use to support this research is the definition of Service Quality, which have some dimensions, Reability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles. After that, we use the definition of Price which have five dimensions, List Price, Discounts, Allowances, Payment Period, and Credit Terms. The last definition that we will use is Customer Loyalty, which have four dimensions, Makes Regular Purchases, Purchases Across Product and Services Lines, Refer Others, Demonstrates An Immunity To The Full Of Competition.

Objects on this research is Tokopedia. This research use questionnaire to collect the data, and for sampling purpose using judgement sampling. This procedude were used to test the model and processing is Structural Equation Modelling by using SPSS 23. Measurement of some elements that affect service quality is used with likert scale.

SPSS 23 output shows that service quality and price affect postively against customer loyalty. Affect that was given is significant. Coificient regression of service quality and price also give out positive value just like in the hypothesis.

Conclusion of this research is, all of hypothesis on this research is proved and have positive and direct significant relationship. Suggestions for further research is doing research again because the results still showed mixed results. The next research can use different variables which can give broader results.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala kebaikan dan kekuatan yang telah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi kepada peneliti. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses penelitian, penulisan, dan penyusunan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Agus Salim, SE., MBA., MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan bimbingan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Said Kelana Asnawi, selaku ketua jurusan manajemen yang juga sudah banyak membantu dan memperlancar dalam proses penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu dan pengetahuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan pendidikan S1 (Strata Satu).
4. Seluruh karyawan perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah membantu peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada penulis selama masa kuliah di IBII maupun dalam penulisan skripsi.





6. Kakak saya yang membantu dukungan moril dan doa.
7. Sahabat-sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, doa, dan keceriaan baik selama kuliah maupun proses pengerjaan skripsi ini : Andre, Alvin Setiawan, Andre Surya, Toni, William Wijaya.

8. Para responden yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Semua pihak lain yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan, namun peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membacanya.

Jakarta, 21 Februari 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

Judul	i
Pengesahan	ii
Abstrak	iii
<i>Abstract</i>	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Bab I. Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian	4
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian	5
G. Manfaat Penelitian	5
Bab II. Kajian Pustaka	
A. Landasan Teori	6
1. Jasa	6
2. Harga	8
3. Kualitas Layanan	11
4. Loyalitas Pelanggan	12
B. Penelitian Terdahulu	14





C. Kerangka Pemikiran.....	16
----------------------------	----

Bab III. Metodologi Penelitian

A. Pengantar	18
B. Desain Penelitian	18
C. Objek Penelitian	20
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variable Penelitian	20
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Teknik Pengumpulan Sample	22
G. Teknik Analisis Data	23
1. Uji Validitas	23
2. Uji Reliabilitas	24
3. Analisis Presentasi	24
4. Skala Likert.....	25
5. Uji Asumsi Klasik.....	26
6. Analisis Regresi Berganda.....	29

Bab IV. Hasil Analisis dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	31
B. Analisis Deskriptif	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	38
3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4. Profil Responden Berdasarkan Usia	40
5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



6. Analisis Variabel Penelitian.....	41
7. Pengujian Asumsi Klasik	47
8. Analisis Regresi Linear Berganda	52
C. Hasil Penelitian	55
D. Pembahasan	57
Bab V. Kesimpulan dan Saran	
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
Daftar Pustaka	62
Lampiran	64
Kuisisioner.....	

Hak cipta dilindungi undang-undang. IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau tulisan ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.