



ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ENTERKOMPUTER

Oleh :

Nama : Yosef Prastio

NIM : 22090334

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2013

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

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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA
TOKO ENTERKOMPUTER**

Diajukan Oleh

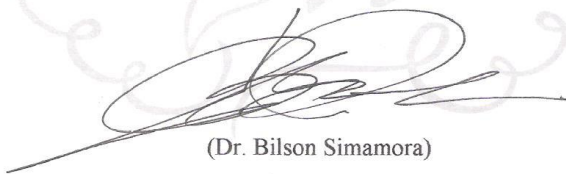
Nama : Yosef Prastio

NIM : 22090334

Jakarta, 29 Agustus 2013

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Dr. Bilson Simamora)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2013



ABSTRAK

Yosef Prastio / 22090334 / 2013 / Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Toko Enterkomputer/ Dr. Bilson Simamora

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi yang ada saat ini, beberapa produsen peralatan komputer berlomba-lomba menyediakan berbagai fasilitas dan fitur yang menarik dari setiap produk yang dihasilkannya. Melihat pesatnya pertumbuhan pasar produk peralatan komputer seperti komputer PC, komputer jinjing atau notebook, peralatan dan aksesoris komputer, saat ini setiap toko komputer menawarkan pelayanan, harga, dan produk yang berbeda-beda. Oleh karena itu toko harus berusaha mencari strategi yang tepat dalam mempromosikan produknya. Salah satunya adalah dengan menciptakan kualitas layanan, harga dan kualitas produk yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumen dan akan menimbulkan loyalitas terhadap toko.

Dalam rangka memahami dan memenuhi harapan konsumen, toko harus mengembangkan kualitas layanan, harga dan kualitas produknya sehingga kepuasan konsumen serta loyalitas dapat tercapai. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang bersedia membayar dengan harga yang lebih tinggi dari biasanya, hal itu merupakan aset yang penting bagi toko.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas layanan, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Kualitas layanan, harga dan kualitas produk yang diteliti adalah toko Enterkomputer. Penelitian ini dilakukan di toko Enterkomputer Mangga Dua Mall. Responden yang diambil adalah konsumen yang pernah membeli di toko Enterkomputer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi kepuasan konsumen menunjukkan kualitas layanan bukan menjadi faktor bagi konsumen untuk merasa puas, harga mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0.37 dan mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebesar 0.34, kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0.38 dan mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebesar 0.35, dan kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 0.91. Sedangkan untuk uji mediasi menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi kualitas layanan dengan loyalitas konsumen sedangkan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen terjadi mediasi sepenuhnya.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah hanya harga dan kualitas produk yang mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada toko Enterkomputer.

© Hak Cipta Milik IBIK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Yosef Prastio / 22090334 / 2013 / Analyze Effect Service Quality, Price and Product Quality To The Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Enterkomputer Store/ Dr. Bilson Simamora

Along with existing rapid development of information technologies, some manufacturers of computer equipment provides various facilities and try to featuring their product. The rapid growth of the market of products of computer equipment, such as PCs, laptops or notebooks, computer equipment and accessories, stimulate each computer store offers to prettify their services, pricing, and products. Every store should be trying to find the right strategy in promoting its products. Its mean that they have to create service, price and product quality that is able to provide satisfaction for consumers which will lead to consumer loyalty to the store.

In order to understand and meet consumer expectations, store must develop a service quality, price and quality of products that can created customers satisfaction and loyalty. Loyal consumers are consumers who are willing to pay a higher price than usual, which is an important asset for the company.

This study was conducted to examine the influence of service quality, price and product quality to customer loyalty through customer satisfaction. Enterkomputer is the one whose service quality, price and product quality are the object of study.

The results of this study indicate that a service quality does not affect the consumer's satisfaction indicating it means that the service quality has not significant influence on customer satisfaction, price affects consumer satisfaction of 0.37 and affect consumer loyalty through consumer satisfaction of 0.34, product quality affecting consumer satisfaction of 0.38 and affect consumer loyalty through consumer satisfaction of 0.35, and consumer satisfaction affect consumer loyalty of 0.91. As for the test of mediation indicate that customer satisfaction does not mediate consumer loyalty with service quality while the influence of price and product quality with customer loyalty through customer satisfaction case fully mediation.

The conclusion of this study is price and product quality is proven to influence the consumer loyalty through customer satisfaction at Enterkomputer store.





KATA PENGANTAR

© Hala cipta milik IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Hala Cipta Dilindungi Undang-undang. Penyalinan, penyalinan ulang, penyalinan sebagian, penyalinan seluruhnya, penyalinan untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah, pengutipan sebagian atau seluruhnya 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkat yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini bukanlah semata-mata usaha penulis sendiri. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, bantuan, semangat serta dukungan selama penulisan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Wilson Simamora, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal sampai akhir.

2. Seluruh dosen, dan staff pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, yang telah memberikan pengajaran dan banyak ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan sampai dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

3. Seluruh anggota keluarga penulis, yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat kepada penulis selama proses menyelesaikan skripsi ini.

4. Feli Angela, Andy Wijaya, Citra Marina, Shelvy Syahli, Hendrik Tan dan teman – teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Serta teman – teman Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2009, kelas G yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah melewati suka dan duka bersama sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.



Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari adanya keterbatasan dan kelemahan dalam skripsi ini. Untuk itu penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, dan dengan kerendahan hati penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun dalam penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sekaligus masukan-masukan bagi penulis skripsi selanjutnya.

Jakarta, Agustus 2013

Yosef Prastio

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI



1. HALAMAN JUDUL	i
2. HALAMAN PENGESAHAN	ii
a. ABSTRAK	iii
b. ABSTRACT	iv
c. KATA PENGANTAR	v
d. DAFTAR ISI	vii
e. DAFTAR TABEL	x
f. DAFTAR GAMBAR	xii
g. DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Rumusan Masalah Penelitian	4
D. Rumusan Pertanyaan Penelitian	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
A. Pengantar	8
B. Telaah Pustaka	8
1. Kualitas Layanan	8
a. Pengertian Kualitas Layanan	8
b. Kategori Bauran Jasa	9
c. Karakteristik Jasa	10

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh isi karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Dimensi Kualitas Layanan	11
2. H arga	12
a. Pengertian Harga	12
b. Dimensi Harga.....	13
3. K ualitas Produk	15
a. Pengertian Kualitas Produk	15
b. Tingkatan Produk	16
c. Hierarki Produk	16
d. Dimensi Kualitas Produk	17
4. K epuasan Konsumen.....	20
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	20
b. Faktor Pendorong Kepuasan Konsumen	21
5. L oyalitas Konsumen.....	22
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	22
b. Indikator Loyalitas	23
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
A. Pengantar	29
B. Desain Penelitian	29
C. Obyek Penelitian	31
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	32
E. Metode Pengumpulan Data	35
F. Skala Yang Digunakan	36
G. Teknik Pengambilan Sampel.....	37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Gap Riset dan Permasalahan/Isu	5
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan	32
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Harga	33
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk	34
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen	35
Tabel 3.5	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen	35
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	54
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas Harga	54
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas per Indikator Kualitas Layanan	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas per Indikator Harga	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas per Indikator Kualitas Produk	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas per Indikator Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas per Indikator Loyalitas Konsumen	57
Tabel 4.11	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.12	Persentase Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.13	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.14	Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	59
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan	61
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Harga	63
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk	64
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	66





Tabel 4.19: Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel 4.20: Goodness of Fit Statistics	68
Tabel 4.21: Hubungan Kausal Antar Variabel.....	72
Tabel 4.22: Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total	73
Tabel 4.23: Pengujian Variabel Mediasi Terhadap Pengaruh Variabel Eksogen dan Variabel Endogen	75

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	21
Gambar 3.1 : Diagram Jalur	44
Gambar 3.2 : Kedudukan Variabel Mediasi	48
Gambar 4.1 : Interface Website Enterkomputer	50
Gambar 4.2 : Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	51
Gambar 4.3 : Hasil Uji Validitas Harga	52
Gambar 4.4 : Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	52
Gambar 4.5: Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	53
Gambar 4.6: Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	53
Gambar 4.7: Persentase Indikator Kualitas Layanan.....	62
Gambar 4.8: Persentase Indikator Harga.....	63
Gambar 4.9: Persentase Indikator Kualitas Produk.....	65
Gambar 4.10: Persentase Indikator Kepuasan Konsumen.....	66
Gambar 4.11: Persentase Indikator Loyalitas Konsumen	67
Gambar 4.12: Structural Model (T-value).....	70
Gambar 4.13: Structural Model (Standardized Solution).....	71
Gambar 4.14: Model Pengujian Tanpa Variabel Mediasi (T-value).....	74
Gambar 4.15: Model Pengujian Dengan Variabel Mediasi (T-value).....	74

Hak Cipta dilindungi Undang-undang
 © Hak milik BI KKG (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 IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	89
Lampiran 2 : Data Kuesioner Profil Responden	93
Lampiran 3 : Data Kuesioner Kualitas Layanan	98
Lampiran 4 : Data Kuesioner Harga.....	106
Lampiran 5 : Data Kuesioner Kualitas Produk.....	109
Lampiran 6 : Data Kuesioner Kepuasan Konsumen	117
Lampiran 7 : Data Kuesioner Loyalitas Konsumen	119
Lampiran 8 : Output Frekuensi Profil Responden.....	122
Lampiran 9 : Output Frekuensi Data Kuesioner Kualitas Layanan.....	123
Lampiran 10: Output Frekuensi Data Kuesioner Harga.....	126
Lampiran 11: Output Frekuensi Data Kuesioner Kualitas Produk.....	127
Lampiran 12: Output Frekuensi Data Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	129
Lampiran 13: Output Frekuensi Data Kuesioner Loyalitas Konsumen	130
Lampiran 14: Output Validitas Kualitas Layanan	131
Lampiran 15: Output Validitas Harga	131
Lampiran 16: Output Validitas Kualitas Produk	132
Lampiran 17: Output Validitas Kepuasan Konsumen.....	132
Lampiran 18: Output Validitas Loyalitas Konsumen.....	132
Lampiran 19: Output Reliabilitas Kualitas Layanan	132
Lampiran 20: Output Reliabilitas Harga	134
Lampiran 21: Output Reliabilitas Kualitas Produk	135
Lampiran 22: Output Reliabilitas Kepuasan Konsumen	137
Lampiran 23: Output Reliabilitas Loyalitas Konsumen	138
Lampiran 24: Output Goodness of Fit.....	139



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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 25: Output Total dan Indirect Effect	139
Lampiran 26: Output Model Struktural	140
Lampiran 27: Foto Toko Enterkomputer	141
Lampiran 28: Foto Responden	142

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

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.