



# **PENGARUH NILAI PERSEPSI DAN KINERJA TOKO TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN**

**(STUDI KASUS PADA TOKO AHINJAYA – JAKARTA PUSAT)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**DHARMA SURYA WINATA LANGGA**

**25169006**



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**SCHOOL OF BUSINESS**

**202**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.



**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH NILAI PERSEPSI DAN KINERJA TOKO TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN  
MELALUI KEPUASAN KONSUMEN  
(STUDI KASUS PADA TOKO AHIN JAYA – JAKARTA PUSAT)**

**Telah dipersiapkan dan disusun oleh :**

**DHARMA SURYA WINATA LANGGA  
25169006**

**Jakarta, 30 September 2022**

**Disetujui Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**( Dr. SYLVIA SARI ROSALINA, S.Sos., M.Si )**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2022**

**© Hak cipta milik IBI KIS (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Dharma Surya Winata Langga / 25169006 / Pengaruh Nilai Persepsi dan Kinerja Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Ahinjaya – Jakarta Pusat / Pembimbing: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si

Fenomena ramainya pengguna kendaraan roda dua lebih tepatnya sepeda membuat kendaraan tersebut menjadi trending kembali dikalangan masyarakat Indonesia, bahkan gubernur Jakarta saat ini membuat rancangan peraturan mengenai *Bike Sharing*. Salah satu faktor kendaraan sepeda kembali banyak diminati oleh masyarakat yaitu ketika diberlakukannya PSBB (pembatasan sosial bersekala besar) sebagian masyarakat memilih mengisi waktu luangnya untuk berolahraga dengan menggunakan sepeda. Besarnya ketertarikan masyarakat terhadap sepeda menyebabkan berbagai macam kebutuhan dalam memenuhi keinginannya. Kebutuhan tersebut antara lain seperti *spare part* sepeda selain itu juga harga menjadi landasan masyarakat untuk menentukan pilihan dimana mereka akan membelanjakan uangnya terhadap pembelian *spare part* sepeda.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi nilai persepsi, kinerja toko, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kemudian didukung oleh teori mengenai hubungan antara nilai persepsi terhadap kepuasan konsumen, kinerja toko terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, kinerja toko terhadap loyalitas konsumen dan kinerja toko terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Objek penelitian ini adalah pengguna jasa Ahinjaya. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi. Oleh karena itu, kuesioner *online* disebar melalui media *Google Docs* sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan jasa perbaikan sepeda Ahinjaya. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (*Structural Equation Model*) dengan menggunakan WarpPLS 7.0.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa kinerja toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kinerja toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan konsumen tidak memberikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dan kinerja toko tidak memberikan berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah dua dari tujuh hipotesis di terima dengan bukti positif dan signifikan dan lima hipotesis di tolak dengan dengan bukti hasil analisis positif dan tidak signifikan.

Kata kunci: umkm, nilai persepsi, pengalaman konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.



## ABSTRACT

Dharma Surya Winata Langga / 25169006 / *The Influence of Perceived Value and Store Performance on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction (Case Study At Ahinjaya Store Central Jakarta / Supervisor: Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si*

*The phenomenon of the hectic number of users of two-wheeled vehicles, more specifically bicycles, has made these vehicles trending again among the Indonesian people, even the governor of Jakarta is currently drafting regulations regarding Bike Sharing. One of the factors that make bicycles more attractive to the public is that when the PSBB (large-scale social restrictions) was implemented, some people chose to fill their spare time to exercise by using bicycles. The amount of public interest in bicycles causes various kinds of needs to fulfill their desires. These needs include bicycle spare parts, besides that the price becomes the basis for people to make choices where they will spend their money on the purchase of bicycle spare parts.*

*The theory used to support this writing is the definition of perceived value, store performance, customer satisfaction and customer loyalty. Then it is supported by a theory regarding the relationship between perceived value to customer satisfaction, store performance to customer satisfaction, customer satisfaction to customer loyalty, store performance to customer loyalty and store performance to customer loyalty through customer satisfaction.*

*The object of this research is Ahinjaya service users. The method of data collection in this study used the communication method. Therefore, an online questionnaire was distributed through Google Docs media as many as 100 respondents who had used Ahinjaya bicycle repair services. The procedure used for model testing and data processing is a structural equation model (Structural Equation Model) using WarpPLS 7.0.*

*The resulting output shows that store performance has a positive and significant effect on consumer satisfaction, store performance has a positive and significant effect on consumer loyalty, consumer satisfaction does not have a positive and significant effect on consumer loyalty and store performance does not have a positive and significant indirect effect on loyalty. consumers through customer satisfaction..*

*The conclusion of this study is that two of the seven hypotheses are accepted with positive and significant evidence and five hypotheses are rejected with evidence of positive and insignificant analysis results.*

*Keywords: SMEs, perceived value, consumer experience, customer satisfaction and customer loyalty.*





## KATA PENGANTAR

Kami panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah memberikan saya berkat dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi di toko Ahin Jaya – Jakarta Pusat.

Skripsi ini sengaja dibuat untuk memenuhi persyaratan tugas mata kuliah skripsi di jurusan Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dengan tujuan untuk mengetahui hubungan nilai persepsi dan kinerja toko terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen toko Ahin Jaya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan rasa hormat serta terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu.

Pihak-pihak yang ada berkaitan dengan laporan ini diantaranya sebagai berikut :

1. Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi.
2. Bpk. Ahin selaku owner toko Ahin Jaya
3. Seluruh karyawan toko Ahin Jaya
4. Orang tua serta teman-teman yang telah mendukung proses mentoring sampai dengan selesai.

Susunan skripsi ini telah dibuat dengan sebaik-baiknya dan semaksimalnya, tetapi saya menyadari masih banyak kekurangan didalamnya.

Jakarta, 30 September 2022

Penulis

DHARMA SURYA WINATA LANGGA



## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Penelitian .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	8
a. Manfaat Teoritis .....	8
b. Manfaat Praktif .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	10
2.1 Pemasaran .....	10
2.2 Pemasaran Jasa .....	11
2.3 Perilaku Konsumen .....	15
2.4 Nilai Persepsi .....	18
2.5 Kinerja toko .....	20
2.6 Kepuasan Konsumen .....	23
2.7 Loyalitas Konsumen .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	29
C. Kerangka Pemikiran .....	31
D. Hipotesis .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Obyek Penelitian .....	33

- Hak Cipta dan Pendaftaran ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun.  
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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



B.	Desain Penelitian .....	33
C.	Variabel Penelitian .....	34
1.	Definisi Konsep .....	34
a.	Nilai persepsi .....	34
b.	Kinerja toko .....	34
c.	Kepuasan Konsumen .....	34
d.	Loyalitas Konsumen .....	34
2.	Definisi Operasional .....	35
a.	Nilai persepsi .....	35
b.	Kinerja toko .....	35
c.	Kepuasan Konsumen .....	36
d.	Loyalitas Konsumen .....	36
D.	Teknik Pengambilan Sampel .....	38
1.	Populasi .....	38
2.	Sampel .....	38
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	40
F.	Teknik Analisis Data .....	41
1.	Evaluasi Model Pengukuran .....	40
a.	Uji Validitas .....	41
b.	Uji Reliabilitas .....	41
2.	Penilaian <i>Overall Fit</i> .....	42
a.	<i>Average Path Coefficient (APC)</i> .....	42
b.	<i>Average R-Squared (ARS)</i> .....	42
c.	<i>Average Adjusted R-Squared (AARS)</i> .....	42
d.	<i>Average block VIF (AVIF)</i> .....	43
e.	<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i> .....	43
f.	<i>Tenenhaus GoF</i> .....	43
g.	<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i> .....	43
h.	<i>R-Squared Contribution Ratio (RSCR)</i> .....	44
i.	<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i> .....	44
j.	<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i> ...	44
3.	Penilaian Model Struktural .....	41

#### BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	47
B.	Analisis Deskriptif .....	48
1.	Uji Validitas .....	48
2.	Uji Reliabilitas .....	50
3.	Profil Responden .....	51
3.1	Presentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
3.2	Presentase Responden berdasarkan Usia .....	51
3.3	Presentase Responden berdasarkan Pekerjaan .....	52
3.4	Presentase Responden berdasarkan Pendidikan .....	52
3.5	Presentase Responden berdasarkan Penghasilan .....	53
4.	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Penelitian .....	53
4.1	Tanggapan Konsumen Mengenai Variabel Nilai Persepsi .....	54

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



4.2	Tanggapan Konsumen Mengenai Kinerja toko .....	59
4.3	Tanggapan Konsumen Mengenai Kepuasan Konsumen .....	63
4.4	Tanggapan Konsumen Mengenai Loyalitas Konsumen .....	67
5	Menilai Model Fit .....	70
6	Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian hipotesis .....	71
C.	Hasil Penelitian .....	74
D.	Pembahasan .....	75
1	Persepsi Nilai .....	75
2	Kinerja toko .....	76
3	Kepuasan Konsumen .....	76
4	Loyalitas Konsumen .....	76
5	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan Konsumen .....	77
6	Pengaruh Kinerja Toko terhadap Kepuasan Konsumen .....	77
7	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
8	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
9	Pengaruh Kinerja Toko terhadap Loyalitas Konsumen .....	78
10	Pengaruh Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen .....	79
11	Pengaruh Kinerja Toko terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen .....	79
 <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
A.	Simpulan .....	80
B.	Saran .....	82
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>83</b>





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Toko Ahin Jaya ..... 3  
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 29  
Tabel 3.1 Ringkasan Instrumen Penelitian ..... 37  
Tabel 3.2 Skala Likert ..... 40  
Tabel 4.1 Pengujian Validitas Variabel Persepsi Nilai ..... 48  
Tabel 4.2 Pengujian Validitas Variabel Kinerja toko ..... 48  
Tabel 4.3 Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Konsumen ..... 49  
Tabel 4.4 Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen ..... 49  
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas ..... 50  
Tabel 4.6 Presentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..... 51  
Tabel 4.7 Presentase Responden berdasarkan Usia ..... 51  
Tabel 4.8 Presentase Responden berdasarkan Pekerjaan ..... 52  
Tabel 4.9 Presentase Responden berdasarkan Pendidikan ..... 52  
Tabel 4.10 Presentase Responden berdasarkan Penghasilan ..... 53  
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Nilai Persepsi Konsumen ..... 56  
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kinerja Toko ..... 62  
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen ..... 66  
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Konsumen ..... 68  
Tabel 4.15 Hasil Evaluasi Model Struktural ..... 68  
Tabel 4.16 Pengaruh Langsung Antar Variabel ..... 70  
Tabel 4.17 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel ..... 71

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
  - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Grafik Google Trending Pencarian Model Sepeda .....	2
Gambar 2	Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa .....	15
Gambar 2	Kerangka Pemikiran penelitian .....	31
Gambar 4	Hasil Analisis Model Penelitian .....	72

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.



**© 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.

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 2	Data Mentah Entrieri Kuesioner.....	90
Lampiran 3	Output Validitas Penelitian Sebelum Terjun Lapangan .....	31
Lampiran 4	Output WarpPls 7.0.....	72