

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MINISO DI MALL OF INDONESIA**

Oleh:

Nama : Daniel Darrent

NIM : 20150116

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

JANUARI 2020



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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
DEGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MINISO DI MALL OF INDONESIA**

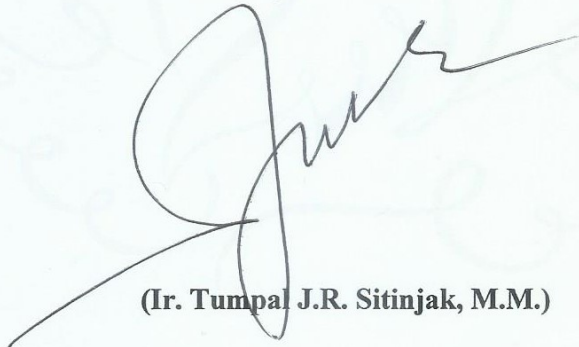
Diajukan Oleh:

Nama : Daniel Darrent

NIM : 20150116

Jakarta, 16 Juni 2020

Disetujui Oleh:



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
JAKARTA 2020

© 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.





© 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.

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MINISO DI MALL OF INDONESIA**

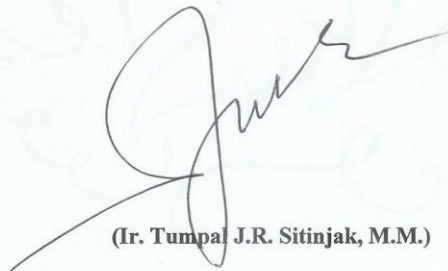
Diajukan Oleh:

Nama : Daniel Darrent

NIM : 20150116

Jakarta, 16 Juni 2020

Disetujui Oleh:



(Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2020

ABSTRAK



Daniel Darrent / 20150116 / 2020 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Miniso di Mall of Indonesia /Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Di era milenial saat ini persaingan di pasar domestik maupun internasional kompetitif. Hal ini dapat terjadi karena pertumbuhan bisnis ritel dan barang konsumsi di Indonesia sangat cepat. Di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk membuat suatu produk yang mempunyai keunggulan dan produk yang berbeda dengan pesaing. Mengingat konsumen memegang peranan penting untuk menentukan keberhasilan dari suatu perusahaan, maka perusahaan wajib memberikan produk dan pelayanan yang terbaik untuk menciptakan kepuasan dari konsumen tersebut. Seandainya konsumen puas dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan tersebut akan membuat para konsumen loyal. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Miniso di Mall of Indonesia.

Ada beberapa teori yang menjelaskan dimensi – dimensi dari Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen yang digunakan untuk mengukur baik kinerja dari produk, kinerja dari pelayanan serta yang membentuk kepuasan yang konsumen rasakan yang akan pada akhirnya akan membentuk loyalitas konsumen.

Objek dari penelitian ini adalah Miniso. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengumpulkan data dari kuesioner online menggunakan media Google Docs yang disebar sebanyak 150 responden yang pernah berbelanja di Miniso dan penarikan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik judgemental sampling. Untuk menguji hasil, digunakan metode analisis regresi, uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen, Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas produk dan Kualitas layanan berpengaruh terhadap terbentuknya Kepuasan Konsumen dinyatakan oleh pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan Konsumen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung .

ABSTRACT

Daniel Darrent / 20150116/2020 / The Influence of Product Quality and Service Quality with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable on Consumer Loyalty at Miniso Mall of Indonesia / Advisors: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

In the current millennial era competition in the domestic and international markets is competitive. This can happen because the growth of the retail and consumer goods business in Indonesia is very fast. Where every company is required to be able to meet the needs of consumers and try to make a product that has advantages and products that are different from competitors. Given that consumers play an important role in determining the success of a company, the company is obliged to provide the best products and services to create satisfaction from these customers. If consumers are satisfied with the quality of the product and the quality of the services provided, then that creates consumer satisfaction resulting loyalty. Therefore the authors are interested in conducting research on the Effect of Product Quality and Service Quality with Consumer Satisfaction as Intervening Variables on Consumer Loyalty at Miniso.

There are several theories used to support this research are definitions of Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. Then there is also supported by a theory that explains the dimensions of Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, and Consumer Loyalty that are used to measure both the performance of the product, the performance of the service and the satisfaction that consumers feel that will ultimately shape consumer loyalty.

The object of this research is Miniso. This research collecting the data through an online questionnaire using Google Docs as the media distributed to 150 respondents who had shopped at Miniso and sampling using nonprobability sampling with judgment sampling techniques. To test the results, the regression analysis method, normality test, heterocedasticity test, and multicollinearity test were used.

The results of this research indicate that Product Quality has a significant and positive effect on Consumer Satisfaction, Service Quality has a significant and positive effect on Consumer Satisfaction, Consumer Satisfaction has a significant and positive effect on Consumer Loyalty.

This research concludes that product quality and service quality affect the formation of customer satisfaction expressed by a positive and significant influence on customer satisfaction. Product quality and service quality also have a positive and significant effect on Consumer Loyalty both directly, indirectly.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat, rahmat, dan penyertaan-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan proses akhir yang harus dilewati untuk dapat memperoleh gelar sarjana selama peneliti menempuh perkuliahan di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini mulai dari penyusunan hingga sampai pada selesainya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, Ir., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah membantu penulis lewat kesediaan waktunya untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Kwik Kian Gie School of Business dan semua dosen pengajar yang telah memberikan penulis baik ilmu, pengalaman dan waktu yang mungkin tidak bisa penulis dapatkan ditempat lain.
3. Semua anggota keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan penulis supaya dapat dengan lancar menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman penulis yang juga sedang menyusun skripsi maupun yang masih belum yang selalu memberikan semangat dan pengertian mulai dari awal hingga pada akhir perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang mungkin penulis tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang telah membantu penulis baik yang penulis sadari maupun sadari.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan menghargai setiap kritik dan saran yang membangun. dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Atas perhatiannya, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Januari 2020

Penulis

Daniel Darrent



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Batasan Penelitian.....	5
E. Rumusan Masalah.....	5
F. Tujuan Penelitian.....	5
G. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teoritis.....	8





1. Kualitas Produk.....	8
a. Definisi Produk	8
b. Definisi Kualitas Produk	9
c. Tingkatan Produk	9
d. Dimensi Kualitas Produk	10
2. Kualitas Layanan.....	12
a. Definisi Kualitas Layanan.....	12
b. Dimensi Kualitas Layanan	13
c. Manfaat Kualitas Layanan	15
d. Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan	15
3. Kepuasan Konsumen.....	16
a. Definisi Kepuasan Konsumen.....	17
b. Dimensi Kepuasan Konsumen	18
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	19
4. Loyalitas Konsumen.....	22
a. Definisi Loyalitas Konsumen.....	22
b. Loyalitas dan Siklus Pembelian	23
c. Dimensi Loyalitas Konsumen	25
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	29
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	30

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen 31

D. Hipotesis Penelitian 32

BAB III METODE PENELITIAN 33

A. Objek Penelitian 33

B. Desain Penelitian 33

C. Variabel Penelitian 35

D. Teknik Pengambilan Sampel 44

E. Teknik Pengumpulan Data 45

F. Teknik Analisis Data 46

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 60

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian 60

B. Analisis Deskriptif 61

1. Uji Validitas dan Reliabilitas 62

2. Analisis Variabel 63

3. Uji Normalitas 70

4. Uji Multikolinieritas 70

5. Uji Heteroskedastisitas 71

6. Uji Keberartian Model (Uji F) 72

7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) 73

8. Koefisien Determinasi (R^2) 75

C. Hasil Penelitian 76

D. Pembahasan 79

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.



1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	79
2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	80
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	80
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	81
A. Simpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBIKKG (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 3.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1	Dimensi dan Indikator Kualitas Produk	40
Tabel 3.2	Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	41
Tabel 3.3	Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen	43
Tabel 3.4	Dimensi dan Indikator Loyalitas Konsumen.....	45
Tabel 4.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	63
Tabel 4.2	Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk.....	64
Tabel 4.3	Skor Rata – Rata Variabel Kualitas Layanan.....	66
Tabel 4.4	Skor Rata – Rata Variabel Kepuasan Konsumen.....	68
Tabel 4.5	Skor Rata-Rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	69
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.9	Hasil Uji F Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	73
Tabel 4.10	Hasil Uji F Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	74
Tabel 4.11	Hasil Uji t	75
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	77
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1	Logo Miniso	62

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



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

A.	Instrumen Penelitian	85
B.	Hasil Pengumpulan Data	88
C.	Hasil Output.....	101
	1. Validitas dan Reliabilitas Kualitas Produk	101
	2. Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan	102
	3. Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen	103
	4. Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Konsumen	103
	a. Skor Rata-rata Kualitas Produk.....	104
	b. Skor Rata-rata Kualitas Layanan	105
	c. Skor Rata-rata Kepuasan Konsumen	108
	d. Skor Rata-rata Loyalitas Konsumen	110
	5. Uji Normalitas dan Uji Multikolinieritas Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
	6. Uji Normalitas dan Uji Multikolinieritas Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	113
	7. Uji Heteroskedastisitas Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	114
	8. Uji Heteroskedastisitas Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	114
	9. Uji Keberatian Model (Uji F) Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	115
	10. Uji Keberatian Model (Uji F) Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	115

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



11. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap	
© Kepuasan Konsumen	116
12. Uji Signifikan Koefisien (Uji t) Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas	
Konsumen	116
13. Koefisien Determinasi (R2) Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap	
Kepuasan Konsumen	117
14. Koefisien Determinasi (R2) Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas	
Konsumen	117

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.