



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER'S PERCEIVED
VALUE*, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN
JASA KANTOR POS DI PATI)**

Oleh :

NURUL AZIZAH

NIM. 2016-11-339

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER'S PERCEIVED
VALUE*, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN
JASA KANTOR POS DI PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang
pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

NURUL AZIZAH

NIM. 2016-11-339

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER'S PERCEIVED
VALUE, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN
JASA KANTOR POS DI PATI)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Pengaji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus



Pembimbing I

Dr. Kertati Sumekar, SE, MM

NIDN. 0616077304

Pembimbing II

Iwan Suroso, SE., MM,

NIDN. 0603067701

Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE, MM, AAK

NIDN. 0630098401

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER'S PERCEIVED
VALUE, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN
JASA KANTOR POS DI PATI**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2021

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dina Lusianti,SE.,MM.,AAK
NIDN.0630098401

Pembimbing I

Dr. Kertati Sumekar, SE, MM
NIDN.0616077304

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris,Drs.MM
NIDN.0618066201

Pembimbing II

Iwan Suroso, SE., MM
NIDN.0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Hidup itu seperti bersepeda. Jika kau ingin menjaga keseimbanganmu, maka kau harus terus bergerak maju.” (Albert Einstein)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.” (Q.S Ar-Ra’d 11)

“Hidup ini bukan tentang siapa kamu, tetapi tentang bagaimana manfaatmu bagi sesama.” (Nurul Azizah)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Ibu dan Bapakku, yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk kesuksesan saya.
2. Kakak dan Saudaraku, yang selalu memberi doa dan dukungan untuk saya.
3. Orang yang saya cintai, yang telah memberikan perhatian, semangat untuk saya.
4. Sahabat-sahabat seperjuanganku, yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

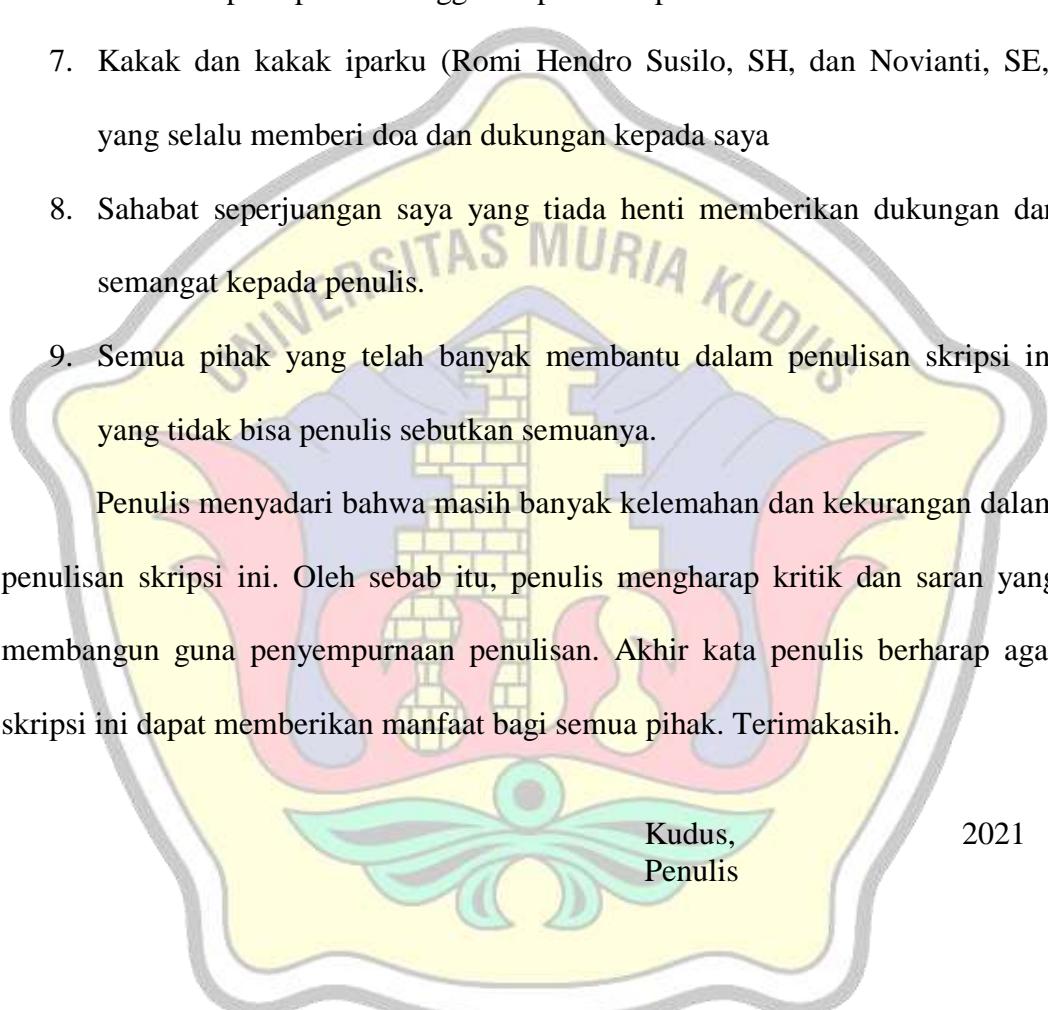
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala yang telah melimpahkan kasih sayang dan karunia-Nya, berupa ilmu pengetahuan dan kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER'S PERCEIVED VALUE, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN JASA KANTOR POS DI PATI)”.

Skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir yang harus ditempuh sebagai syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1), program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muria Kudus. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah menyetujui permohonan pengajuan skripsi.
4. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM, selaku pembimbing I yang telah membimbing penyusunan skripsi ini sampai selesai.

5. Iwan Suroso, SE, MM, selaku pembimbing II yang telah membimbing penyusunan skripsi ini sampai selesai.
6. Kedua orang tuaku tercinta (Bapak Saroso dan Ibu Halimah) yang senantiasa memberi doa, motivasi, dan dukungan secara moril maupun materil kepada penulis hingga skripsi ini dapat selesai.
7. Kakak dan kakak iparku (Romi Hendro Susilo, SH, dan Novianti, SE,) yang selalu memberi doa dan dukungan kepada saya
8. Sahabat seperjuangan saya yang tiada henti memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penulisan. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Terimakasih.



Kudus,
Penulis

2021

Nurul Azizah
NIM. 20611339

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *CUSTOMER'S PERCEIVED VALUE*, DAN HARGA PAKET POS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA PENGGUNA LAYANAN JASA KANTOR POS DI PATI)

NURUL AZIZAH
NIM. 2016-11-339

Pembimbing 1 : Dr. Kertati Sumekar, SE, MM
Pembimbing 2 : Iwan Suroso, SE., MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, *Customer's Perceived Value*, harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Kantor Pos Pati. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, *Customer's Perceived Value*, harga sebagai variabel independen. Kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 115 responden dari pelanggan Kantor Pos Pati.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada responden. Alat analisis data menggunakan *structural equation modeling* (SEM) yang dioperasikan dengan menggunakan program AMOS. Dari analisis diperoleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan, *Customer's Perceived Value*, harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan Kantor Pos Pati.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Customer's Perceived Value*, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER'S PERCEIVED VALUE, AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A VARIABLE OF MEDIATION (CASE STUDY ON THE USE PATI POST OFFICE SERVICES)

NURUL AZIZAH

NIM. 2016-11-339

Advisor 1 : Dr. Kertati Sumekar, SE, MM

Advisor 2 : Iwan Suroso, SE., MM.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAMS**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, Customer's Perceived Value, price on customer satisfaction and customer loyalty in the Pati Post Office. The variables used in this study are service quality, customer perceived value, price as an independent variable. Customer satisfaction as a mediating variable and customer loyalty as the dependent variable. The sample used in this study were 115 respondents from Pati Post Office customers.

The sampling technique in this study used a purposive sampling technique by distributing questionnaires via google form to respondents. The data analysis tool uses structural equation modeling (SEM) which is operated by using the AMOS program. From the analysis, the results of the study show that there is a positive and significant influence on service quality, Customer's Perceived Value, price on customer satisfaction and customer loyalty in the Pati Post Office.

Keywords: *Service Quality, Customer's Perceived Value, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran	14
2.1.3 Kualitas pelayanan	15
2.1.4 <i>Customer's Perceived Value</i>	18
2.1.5 Harga.....	20
2.1.6 Kepuasan pelanggan	22
2.1.7 Loyalitas pelanggan	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.4 Hipotesis	34
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	34

2.4.2	Pengaruh <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan .	36
2.4.3	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2.4.5	Pengaruh <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan ..	38
2.4.6	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
	BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1	Rancangan Penelitian.....	40
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	40
3.2.1	Variabel Penelitian.....	40
3.2.2	Definisi Operasional.....	41
3.2.2.1	Kualitas Pelayanan.....	41
3.2.2.2	<i>Customer's Perceived Value</i>	42
3.2.2.3	Harga	43
3.2.2.4	Kepuasan Pelanggan	45
3.2.2.5	Loyalitas Pelanggan	46
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	47
3.4	Populasi dan Sampel	47
3.5	Pengumpulan Data.....	48
3.6	Pengolahan Data	49
3.7	Analisis Data.....	50
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1	Sejarah Berdirinya PT Pos Indonesia	55
4.1.2	Visi dan Misi PT Pos Indonesia.....	56
4.2	Penyajian Data	57
4.2.1	Karakteristik Responden	57
4.2.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	58
4.2.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
4.2.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	60

4.2.2	Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	60
4.2.2.1	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1)	61
4.2.2.2	Tanggapan Responden terhadap <i>Customer's Perceived Value</i> (X2).....	61
4.2.2.3	Tanggapan Responden terhadap Harga (X3).....	62
4.2.2.4	Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	63
4.2.2.5	Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)	63
4.3	Analisis Data.....	64
4.3.1	Uji Kualitas Intstrumen dan Data	64
4.3.2	Hasil Penelitian (Hipotesis)	66
4.3.2.1	Pengembangan Model berdasarkan Teori.....	66
4.3.2.2	Penyusunan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	66
4.3.2.3	Matriks Input dan Teknik Estimasi.....	66
4.3.3	Pengujian Hipotesis	75
4.3.3.1	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.3.3.2	Hubungan <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan 77	77
4.3.3.3	Hubungan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	77
4.3.3.4	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	77
4.3.3.5	Hubungan <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan. 78	78
4.3.3.6	Hubungan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.3.3.7	Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.3.4	Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>), Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>), dan Total Pengaruh (<i>Total Effect</i>).....	79
4.3.5	Uji Mediasi.....	80
4.4	Pembahasan.....	81
4.4.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.4.2	Pengaruh <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan . 83	83
4.4.3	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	84
4.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.4.5	Pengaruh <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .. 86	86
4.4.6	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	86
4.4.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	87

4.4.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	88
4.4.9 Pengaruh <i>Customer's Perceived Value</i> terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	89
4.4.10 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jasa Layanan Kantor Pos Pati Tahun 2018-2019	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan (X1).....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap <i>Customer's Perceived Value</i> (X2).....	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Harga (X3).....	62
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan (Y1)	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Pelanggan (Y2)	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.12 Hasil Uji Outliers	70
Tabel 4.13 <i>Notes For Model Notes For Model (Default model)</i> <i>Computation of degrees of freedom (Default model)</i>	73
Tabel 4.14 Menilai <i>goodness of fit</i>	74
Tabel 4.15 Hubungan Antar Variabel	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	34
Gambar 4.1 Nilai Batas Mahalonobis Distance	62
Gambar 4.2 Full Model.....	73

