



**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA ALZENA SKIN CARE PATI)**

Oleh :

TRI HENI KUSUMAWATI

2016-11-340

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA ALZENA SKIN CARE PATI)**

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

Oleh :

TRI HENI KUSUMAWATI

2016-11-340

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

TAHUN 2021

**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA ALZENA SKINCARE PATI)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapkan Tim penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

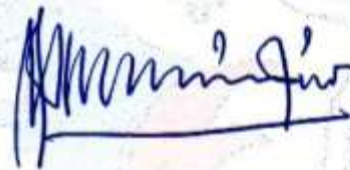
Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Progran Studi Manajemen

Pembimbing I



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



(Dra. Hj. Panca Winahyuningsih,MM)
NIDN. 0608086202

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Pembimbing II



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



(Iwan Suroso, SE,MM)
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

**JADIKANLAH SABAR DAN SHOLAT SEBAGAI PENOLONGMU, DAN
SESUNGGUHNYA YANG SEDEMIKIAN ITU SUNGGUH BERAT,
KECUALI BAGI ORANG-ORANG YANG KHUSYU.**

(Q.S AL Baqarah: 45)

Persembahan :

Karya kecilku (skripsi) ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tuaku Ibu Suyati dan Bapak Janari yang telah memberikan dukungan dan doa..
2. Keluarga besar atas semua doa dan dukungan.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya.
4. Kakak Dwi Pranita Sari, Dwi Yunia Sari, Jaya Trio Permana yang senantiasa selalu memberi semangat.
5. Teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan semangat dan doa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T atas anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada Klinik kecantikan Alzena *Skin care* Pati ” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 program studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari skripsi ini tidak akan berjalan dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak 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 Universitas Muria Kudus.
3. Dina Lusianti, SE., MM., AAK, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih, MM selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya guna membimbing skripsi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
5. Iwan Suroso, SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya guna membimbing skripsi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini dengan baik.
6. Keluarga yang telah memberikan doa, dukungan, serta dorongan berupa motivasi bagi penulis untuk dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu.
7. Teman seangkatan 2016 atas semua dukungan dan semangatnya.

8. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran sangat dibutuhkan guna membangun penyempurnaan dalam penyusunan skripsi ini.

Kudus, 2021
Penulis

Tri Heni Kusumawati
201611340



**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI KASUS PADA ALZENA SKIN CARE PATI)**

TRI HENI KUSUMAWATI

2016-11-340

Pembimbing 1. Dra. Hj. Panca Winahyuningsih,MM
2. Iwan Suroso, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan, kepercayaan, terhadap loyalitas konsumen dengan mediasi kepuasan pelanggan pada Alzena *Skin Care* Pati. Penelitian ini menggunakan data primer. Sampel pada penelitian ini adalah 126 responden. Metode analisis yang digunakan adalah dengan *software* AMOS 24.

Hasil penelitian ini adalah variabel Harga berpengaruh (positif) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Kualitas layanan berpengaruh (positif) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel Kepercayaan berpengaruh (positif) dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh (positif) dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan bisa menjadi mediasi antara harga terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui variabel kepuasan pelanggan. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Keputusan uji mediasi yang bisa diambil yaitu kepuasan menjadi variabel mediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : harga, kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**THE INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND TRUST ON
CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A
MEDIATION VARIABLES**

(Case Study Of Alzena Skin Care Pati)

TRI HENI KUSUMAWATI

2016-11-340

Adviser: 1. Dra. Hj. PancaWinahyuningsih,MM

2. Iwan Suroso, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, service quality, trust, on consumer loyalty by mediating customer satisfaction in Alzena Skin Care Pati. This study uses primary data. The sample in this study were 126 respondents. The analytical method used is the AMOS 24 software.

The results of this study are variable price has a (positive) and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price has a positive and significant effect on customer loyalty. Service quality has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Trust has a negative and insignificant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction can be a mediation between price and customer loyalty. Service quality has a positive effect on loyalty through customer satisfaction. Trust has a positive effect on loyalty through customer satisfaction. The mediation test decision that can be taken is that satisfaction is the mediating variable of the relationship between service quality and loyalty.

Keywords: price, service quality, trust, customer satisfaction, customer loyalty

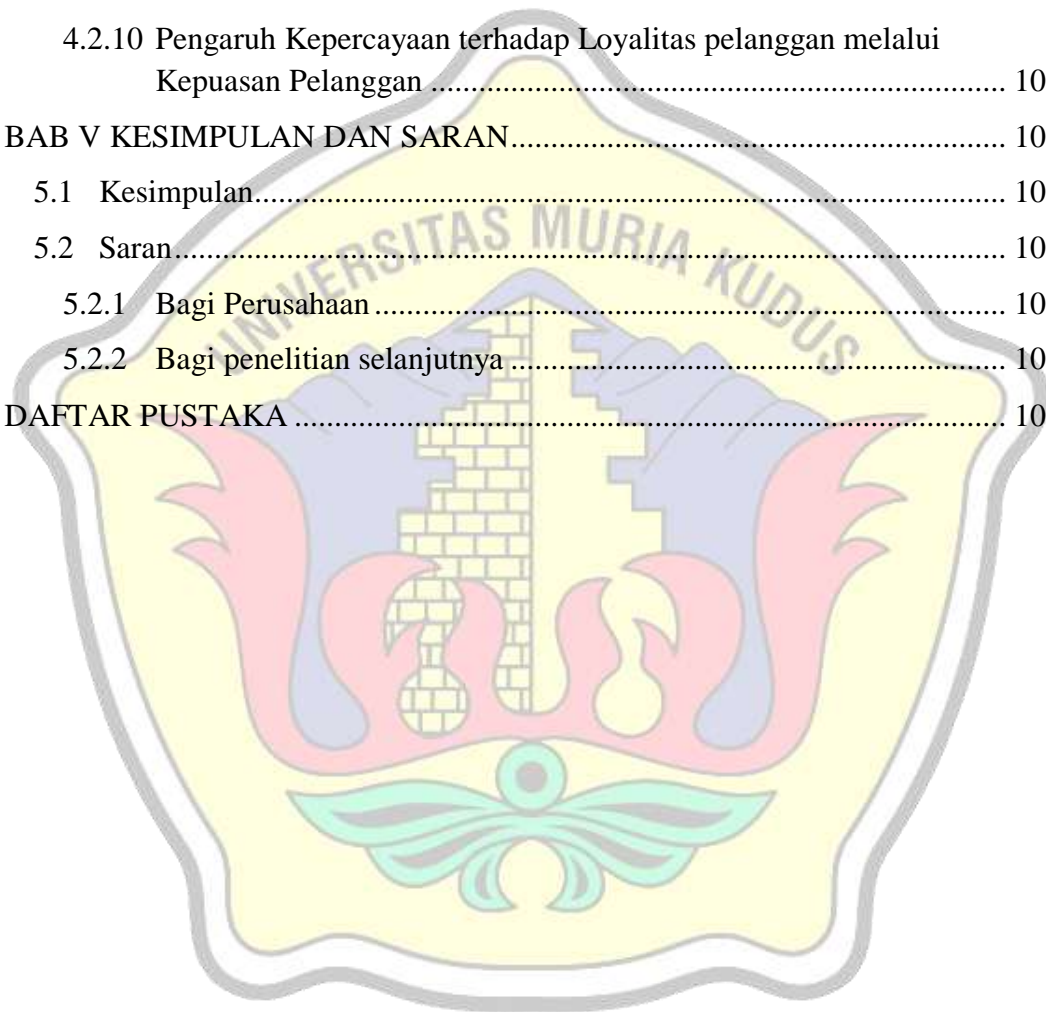
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	13
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3 Harga	23
2.1.4 Kualitas Pelayanan	25
2.1.5 Kepercayaan	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	34
2.3.1 Pengaruh Antara harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	34
2.3.2 Pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	35
2.3.3 Pengaruh Antara kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
2.3.4 Pengaruh antara harga terhadap loyalitas Pelanggan	36

2.3.5	Pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas Pelanggan	37
2.3.6	Pengaruh antara Kepercayaan Terhadap loyalitas Pelanggan	38
2.3.7	Pengaruh Antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	39
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis	40
2.4.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	40
2.4.2	Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
3.1	Rancangan Penelitian	43
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi operasional variabel	43
3.2.1	Jenis Variabel	43
3.2.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.2.2.1	Loyalitas Pelanggan	44
3.2.2.2	Kepuasan Pelanggan	46
3.2.2.3	Harga	47
3.2.2.4	Kualitas Layanan	48
3.2.2.5	Kepercayaan	49
3.3	Jenis dan Sumber Data	50
3.3.1	Jenis data	50
3.3.2	Sumber data	51
3.4	Populasi dan Sampel	51
3.5	Pengumpulan Data	53
3.6	Uji Instrumen Penelitian	54
3.6.1	Uji Validitas	54
3.6.2	Uji Reliabilitas	56
3.7	Pengolahan Data	57
3.8	Analisis Data	57
3.8.1	Analisis Deskriptif	58
3.8.2	Uji Hipotesis	58
3.8.3	Pengembangan Model Berbasis Teori	58
3.8.4	Menyusun Diagram Jalur	59

3.8.5	Menyusun Persamaan Struktural.....	59
3.8.6	Memilih Jenis Matriks Input Dan Estimasi Model	59
3.8.7	Menilai Identifikasi Model Struktural.....	60
3.8.8	Menilai Kriteria <i>Goodness of-Fit</i>	60
3.8.9	Interpetasi dan Modifikasi Model	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1	Hasil Penelitian	63
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	63
4.1.2	Karakteristik Responden	64
4.1.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian	66
4.1.4	Analisis Data	71
4.1.5	Analisis Konfirmatori.....	79
4.1.5.1	Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen	80
4.1.5.2	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen	81
4.1.5.3	Analisis Konfirmatori Variabel Endogen.....	82
4.1.5.4	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen.....	84
4.1.5.5	Analisis Structural Equation Modelling (SEM).....	85
4.1.6	Uji Normalitas	86
4.1.7	Evaluasi <i>Outliers</i>	87
4.1.8	Uji Hipotesis.....	88
4.1.9	Pengaruh Langsung (<i>Direct</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect</i>)	91
4.1.9.1	Besarnya <i>Direct Effect</i>	91
4.1.9.2	Besarnya <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	92
4.1.9.3	Uji Mediasi.....	93
4.2	Pembahasan.....	94
4.2.1	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
4.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	95
4.2.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	95
4.2.4	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	96

4.2.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	97
4.2.6	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	97
4.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	98
4.2.8	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	98
4.2.9	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	99
4.2.10	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran.....	103
5.2.1	Bagi Perusahaan	103
5.2.2	Bagi penelitian selanjutnya	104
DAFTAR PUSTAKA		105



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar harga produk Alzena <i>Skin care</i> Pati.....	5
Tabel 1.2	Daftar harga produk Alzena <i>Skin care</i> Pati.....	6
Tabel 1.3	Daftar Harga treatment Alzena <i>skin care</i> Pati.....	7
Tabel 1.4	Daftar Harga treatment Alzena <i>skin care</i> Pati.....	7
Tabel 1.5	Daftar harga produk Zahra <i>Skin care</i> Pati.....	8
Tabel 1.6	Daftar harga produk Zahra <i>Skin care</i> Pati.....	8
Tabel 1.7	Daftar harga produk Zahra <i>Skin care</i> Pati.....	9
Tabel 1.8	Daftar Harga treatment Zahra <i>skin care</i> Pati.....	9
Tabel 1.9	Daftar Harga treatment Zahra <i>skin care</i> Pati.....	10
Tabel 1.10	Data Kunjungan pelanggan Al-Zena <i>Skin Care</i> Pati Periode Januari-Desember 2019.....	11
Tabel 3.1	Uji Validitas	55
Tabel 3.2	Uji Realibitas.....	56
Tabel 4.1	Responden menurut Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2	Responden Menurut Usia.....	65
Tabel 4.3	Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	65
Tabel 4.4	Responden Menurut Pekerjaan / Profesi	66
Tabel 4.5	Deskripsi Variabel Harga (X_1)	67
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	68
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel Kepercayaan (X_3).....	69
Tabel 4.8	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1)	70
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2)	70
Table 4.10	Tabel Indeks <i>Goodness-of-fit</i>	78
Tabel 4.11	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen	81
Tabel 4.12	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen <i>Regression</i> <i>Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	82
Tabel 4.13	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen.....	83
Tabel 4.14	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen <i>Regression</i> <i>Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	84
Tabel 4.15	Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel penelitian	85

Tabel 4.16 Uji normalitas.....	87
Tabel 4.17 Analisis <i>Outlier</i>	88
Tabel 4.18 <i>Scalar Estimates (Group number 1 - Default model) Maximum Likelihood Estimates Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	89
Tabel 4.19 Hasil estimasi <i>direct effect</i>	92
Tabel 4.20 Hasil estimasi <i>indirect effect</i> dan <i>total efect</i>	92
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	94



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	41
Gambar 4.1 Konfirmatori Variabel Eksogen	80
Gambar 4.2 Konfirmatori Variabel Endogen.....	83
Gambar 4.3 Pengujian Full Model Sem.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	108
2. Hasil Tabulasi	114
3. Hasil Output Amos	124

