



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN NO. 8 COFFEE DI KUDUS)**

Oleh :

PRISCA AUGUSTRIA FARIDHOTUL ISTIQOMAH

NIM.201811263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN NO. 8 COFFEE DI KUDUS)**

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

Oleh :

PRISCA AUGUSTRIA FARIDHOTUL ISTIQOMAH

NIM.201811263

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI NILAI PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN NO. 8 COFFEE DI KUDUS)**

Nama : Prisca Augustria Faridhotul Istiqomah
NIM : 201811263
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2022


Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I


Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN : 0628048702


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.


NIDN : 0024037701

Mengetahui,

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II




Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

NIDN : 0616077304


Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., OWM, CBV.

NIDN : 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.”

(Q.S Al – Baqarah : 286)

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR Tirmidzi)

PERSEMBAHAN :

1. Ayah, Ibu, dan Adik
2. Keluarga Besar
3. Sahabat dan Teman Dekat
4. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada No.8 Coffee Kudus)** yang merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini banyak mendapat bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Hutomo Rusdianto, S.E., M.B.A., QWM, CBV selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh dosen pengajar yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh kuliah di Universitas Muria Kudus.
7. Pemilik No.8 Coffee Kudus yang telah memberikan izin penelitian.
8. Seluruh responden yang telah memberikan waktu guna pengisian kuisioner.
9. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan selama penyusunan skripsi kepada penulis.
10. Teman dan sahabat dekat yang telah menjadi dukungan yang baik selama proses penyusunan skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada pembaca.

Kudus, 21 Juli 2022

Penulis

Prisca Augustria Faridhotul Istiqomah

NIM. 201811263

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI NILAI PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (STUDI PADA PELANGGAN NO. 8 COFFEE DI KUDUS)**

Prisca Augustria Faridhotul Istiqomah

201811263

Pembimbing 1 : Noor Indah Rahmawati, SE., MM

2 : Hutomo Rusdianto, SE., MBA., QWM., CBV

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan No.8 Coffee Kudus). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan No.8 Coffee Kudus. Sampel yang digunakan berjumlah 105 responden dengan menggunakan teknik accidental sampling. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan program AMOS. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa (1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) Persepsi nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (5) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (6) Persepsi nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (7) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (8) Kepuasan pelanggan bisa menjadi variabel mediasi dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. (9) Kepuasan pelanggan tidak bisa menjadi variabel mediasi dari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. (10) Kepuasan pelanggan tidak bisa menjadi variabel mediasi dari pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut berarti pengaruh kualitas produk dan persepsi nilai pelanggan sudah mampu meningkatkan loyalitas pelanggan No.8 Coffee Kudus tanpa diperkuat peran kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi nilai pelanggan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan.

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND
PERCEIVED VALUE CUSTOMER ON CUSTOMER LOYALTY WITH
CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES (STUDY ON
CUSTOMER NO. 8 COFFEE DI KUDUS)***

Prisca Augustria Faridhotul Istiqomah

201811263

Pembimbing 1 : Noor Indah Rahmawati, SE., MM

2 : Hutomo Rusdianto, SE., MBA., QWM., CBV

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

***FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM OF
MANAGEMENT***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality and perceived value customer on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (Study on Customers No.8 Coffee Kudus). This research is a quantitative research. The population in this study were all customers of No.8 Coffee Kudus. The sample used is 105 respondents using accidental sampling technique. Analysis of the data used is Structural Equation Modeling (SEM) using the AMOS program. Based on the results of the study, it can be concluded that (1) Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty. (2) Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty. (3) The perceived value customer has a positive and significant effect on customer loyalty. (4) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (5) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (6) The perceived value customer has a positive and significant effect on customer satisfaction. (7) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. (8) Customer satisfaction can be a mediating variable from the effect of service quality on customer loyalty. (9) Customer satisfaction cannot be a mediating variable from the effect of product quality on customer loyalty. (10) Customer satisfaction cannot be a mediating variable from the effect of perceived value customer on customer loyalty. This means that the influence of product quality and perceived value customer has been able to increase customer loyalty No.8 Coffee Kudus without strengthening the role of customer satisfaction.

Keyword: quality service, product quality, perceived value customer, customer satisfaction and customer loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	15
1.5.2 Manfaat Praktis.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Teori Teori dan Argumentasi.....	16
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	18
2.1.3 Persepsi Nilai Pelanggan.....	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	24
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	35
2.3.1 Pengaruh Antar Variabel.....	35
a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	35

b.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
c.	Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	36
d.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
e.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
f.	Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
g.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
h.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	40
i.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	41
j.	Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	42
2.3.2	Kerangka Pemikiran Teoritis	42
2.4	Hipotesis	43
BAB III	METODE PENELITIAN.....	45
3.1	Rancangan Penelitian	45
3.2	Variabel Penelitian	45
3.2.1	Jenis Variabel	45
3.2.2	Definisi Operasional.....	47
3.3	Jenis Dan Sumber Data	49
3.3.1	Jenis Data	49
3.3.2	Sumber Data.....	49
3.4	Populasi Dan Sampel.....	50
3.4.1	Populasi.....	50
3.4.2	Sampel.....	50
3.5	Pengumpulan Data	51
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	53
3.6.1	Uji Validitas	53
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.7	Pengolahan Data.....	53
3.8	Analisis Data	54

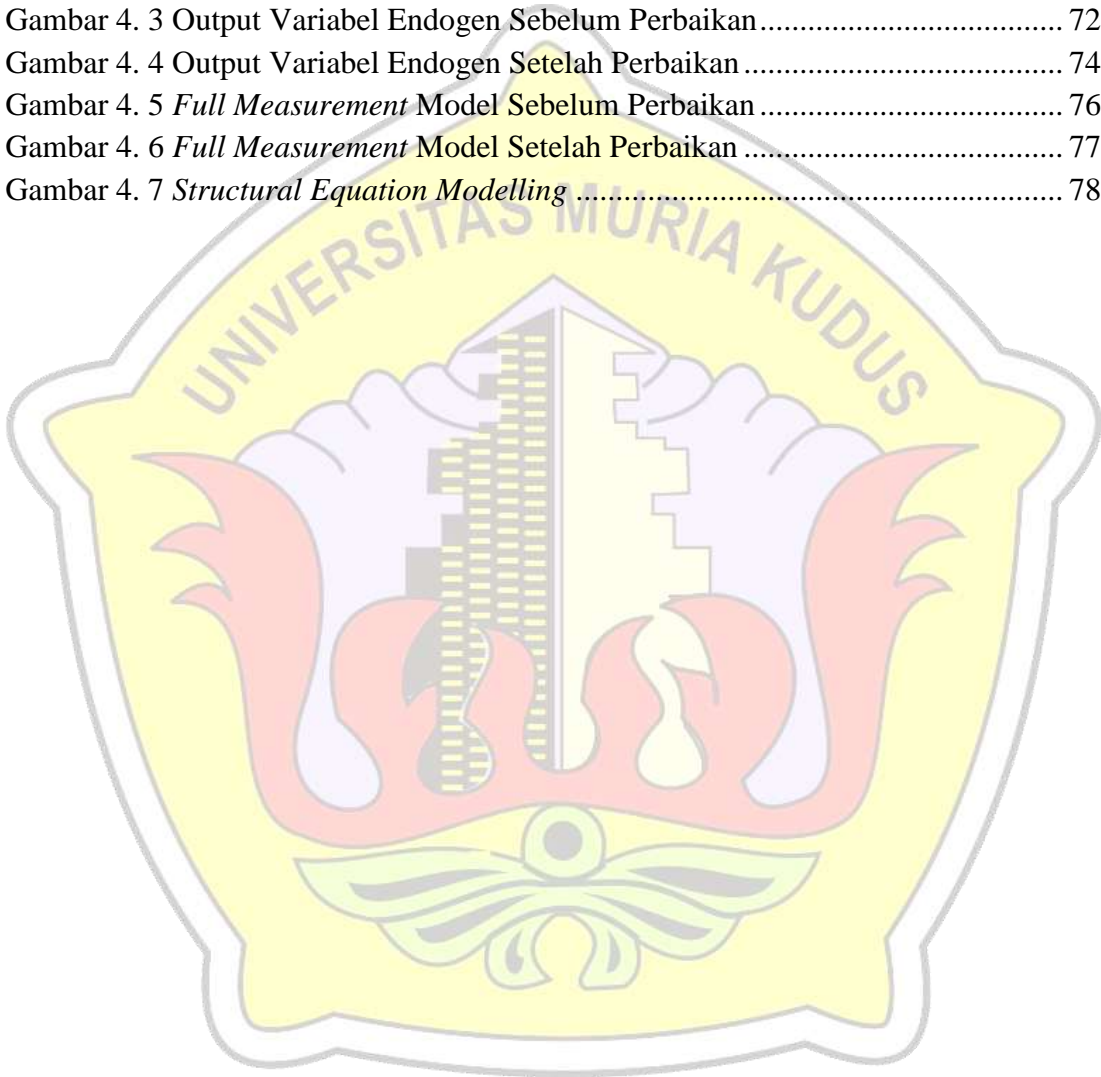
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2 Penyajian Data.....	60
4.2.1 Deskriptif Variabel Penelitian.....	63
4.3 Analisis Data	68
4.3.1 Analisis Konfirmatori.....	68
4.3.2 Hasil Uji Instrumen Data	79
4.3.3 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	82
4.4 Pembahasan	94
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	94
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	95
4.4.3 Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	96
4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	98
4.4.5 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	99
4.4.6 Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	100
4.4.7 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	101
4.4.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	103
4.4.9 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	104
4.4.10 Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.....	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala likert	52
Tabel 3. 2 Indeks Goodness of fit	57
Tabel 4. 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 2 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4. 3 Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4. 4 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	65
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Persepsi Nilai Pelanggan.....	66
Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4. 9 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4. 10 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	70
Tabel 4. 11 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan..	71
Tabel 4. 12 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	71
Tabel 4. 13 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	73
Tabel 4. 14 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan .	74
Tabel 4. 15 <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i>	75
Tabel 4. 16 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Sebelum Perbaikan	76
Tabel 4. 17 Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Full Model Setelah Perbaikan	77
Tabel 4. 18 Uji Validitas	79
Tabel 4. 19 Uji Average Variance Extracted Variabel Penelitian	80
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	80
Tabel 4. 21 Uji Reliabilitas	82
Tabel 4. 22 Uji Normalitas.....	83
Tabel 4. 23 Outlier	84
Tabel 4. 24 Multikolinearitas	85
Tabel 4. 25 <i>Standardised Regression Weights</i>	86
Tabel 4. 26 <i>Square Multiple Correlation</i>	88
Tabel 4. 27 Hasil Estimasi Parameter Pengaruh Langsung Antar Variabel	89
Tabel 4. 28 Pengaruh Langsung Antar Variabel Penelitian	91
Tabel 4. 29 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel Penelitian.....	92
Tabel 4. 30 Besar <i>Total Effect</i>	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	3
Gambar 1. 2 Data Penjualan No.8 Coffee Bulan Januari – Desember 2021	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4. 1 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	69
Gambar 4. 2 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	70
Gambar 4. 3 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	72
Gambar 4. 4 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan	74
Gambar 4. 5 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan	76
Gambar 4. 6 <i>Full Measurement</i> Model Setelah Perbaikan	77
Gambar 4. 7 <i>Structural Equation Modelling</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	116
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban 105 Responden.....	125
Lampiran 3 Analisis Deskriptif Variabel	130
Lampiran 4 Analisis Konfirmatori.....	139
Lampiran 5 Hasil Uji SEM	157
Lampiran 6 Surat Balasan Izin Penelitian.....	170
Lampiran 7 Berita Acara Turnitin.....	172

