



**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI GRAB DI
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Anis Melawati

NIM : 201911423

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

2023



**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI GRAB DI
KABUPATEN KUDUS**

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

Oleh

ANIS MELAWATI

NIM. 2019-11-423

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
GRAB DI KABUPATEN KUDUS

Nama : Anis Melawati
NIM : 201911423
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, ... 11 September 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN.0024037701

Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.)
NIDN.0628048702

Mengetahui,



Dekan

(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Keke Tamara Fahira, S.E., M.M.)
NIDN.0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu “

(Umar bin Khattab)

“ Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetualanglah “

(Ayu Estiningtyas)

Persembahan :

1. Kedua orang tua yang telah merawat dan membimbing saya dengan tulus. Segala perjuangan akan selalu saya kenang di dalam hidup saya.
2. Kakakku tercinta yang telah membantu dan mendukung saya.
3. Sahabat-sahabatku, tanpa semangat dan dukungan yang kalian berikan saya tidak akan berada di posisi saat ini.
4. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajar dan membimbing dengan sepenuh hati dan sabar.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Aplikasi Grab di Kabupaten Kudus”** sebagai syarat menyelesaikan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis dengan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih 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 Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pertama Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus.
5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M selaku dosen pembimbing kedua Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

7. Kedua orang tua yang telah memberikan saran, dukungan moril, materil dan spiritual.
8. Keluarga besar penulis yang telah memberikan do'a dan dukungan.
9. Seluruh teman-teman di Jurusan Manajemen angkatan 2019.
10. Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kesalahan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sebagai bahan untuk evaluasi bagi penulis dan penelitian-penelitian selanjutnya.

Kudus,

2023

Penulis

Anis Melawati

NIM. 2019-11-423

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PENGGUNA APLIKASI
GRAB DI KABUPATEN KUDUS**

ANIS MELAWATI
NIM.2019-11-423

Pembimbing 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kudus. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi Grab di Kabupaten Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan bantuan program AMOS 24.

Hasil penelitian ini adalah promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

***THE INFLUENCE OF PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN
INTERVENING VARIABLE ON GRAB APPLICATION USERS IN KUDUS***

DISTRICT

**ANIS MELAWATI
NIM.2019-11-423**

Advisor 1: Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

2: Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

UNIVERSITY MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSSINESS MANAGEMENT STUDY

PROGRAM

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion and service quality on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable for Grab application users in Kudus Regency. This research is a quantitative research. The population in this study are users of the Grab application in Kudus Regency. The sampling technique used purposive sampling, with a total sample of 120 respondents. Collecting research data using a questionnaire. The data analysis used was the Structural Equation Model (SEM) using the AMOS 24 program.

The results of this study are promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Promotion has a positive and significant effect on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable, and service quality has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords: Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	13
2.1.2 Promosi	16
2.1.3 Kualitas Pelayanan	18
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	19

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.3.1 Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.3.2 Gambar Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.3.3 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian	34
3.2 Variabel Penelitian	34
3.2.1 Jenis Variabel Penelitian	34
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Pengolahan Data.....	43
3.8 Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Penyajian Data	53
4.2.1 Deskripsi Responden	53
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	55

4.3 Uji Instrumen	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.4 Analisis Data	64
4.4.1 Evaluasi Asumsi-Asumsi SEM.....	64
4.4.2 Uji Kesesuaian dan Statistik	66
4.4.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) atau Full Model	73
4.4.4 Uji Hipotesis	77
4.4.5 Uji Intervening	80
4.5 Pembahasan	81
4.5.1 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	82
4.5.3 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	83
4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	85
4.5.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	86
4.5.6 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	87
4.5.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	89
4.6 Adjusted R ²	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan	91

5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN..	99



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Rating Grab dan Gojek pada <i>survey Top Brand Index</i>	4
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
4.4 Karakteristik Responden Yang Telah Menggunakan Aplikasi Grab Minimal 3 Kali.....	55
4.5 Deskripsi Variabel Promosi	55
4.6 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
4.7 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	57
4.8 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan	58
4.9 Uji CFA (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	59
4.10 Uji <i>Convergent Validity</i>	60
4.11 Hasil Uji <i>Construct Realibility</i>	63
4.12 Uji Normalitas Data	65
4.13 Kriteria Penilaian <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	67
4.14 Nilai <i>Standardized</i> Variabel Eksogen	68
4.15 Kriteria Penilaian <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Model	69

4.16 Kriteria Penilaian <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	
Model	71
4.17 Nilai <i>Standardized</i> Variabel Endogen.....	72
4.18 Kriteria Penilaian <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Sesudah Perbaikan	
Model	73
4.19 Uji Kesesuaian Model Analisis SEM Sebelum Perbaikan.....	74
4.20 Uji Kesesuaian Model Analisis SEM Sesudah Perbaikan	75
4.21 <i>Standardized Regression Weight</i>	76
4.22 Hasil Estimasi Uji Hipotesis	77
4.23 Hasil Uji Intervening.....	80
4.24 Koefisien Determinasi (<i>Squared Multiple Correlation</i>)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Keluhan Pelanggan Terkait Aplikasi Grab	5
1.2 <i>Network Visualization Customer Loyalty</i>	7
2.1 Kerangka Pemikiran	32
4.1 Hasil Uji Konfirmatori Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan Model	67
4.2 Hasil Uji Konfirmatori Variabel Eksogen Sesudah Perbaikan Model	69
4.3 Hasil Uji Konfirmatori Variabel Endogen Sebelum Perbaikan Model.....	70
4.4 Hasil Uji Konfirmatori Variabel Endogen Sesudah Perbaikan Model.....	72
4.5 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) Sebelum Perbaikan.....	74
4.6 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) Sesudah Perbaikan.....	75