



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA ALZENA SKINCARE WINONG**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Elisa Elviana

NIM : 2017-11-268

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

2024

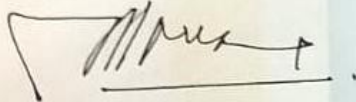
**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA ALZENA SKINCARE WINONG**

Nama : Elisa Elviana
NIM : 201711268
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Pembimbing I



(Drs. Muhammad Masruri, M.M.)

NIDN.061085601

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)

NIDN.0603067701

Mengetahui

Ketua Program Studi



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

NIDN.0024037701

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA ALZENA SKINCARE WINONG**

Nama : Elisa Elviana
NIM : 201711268
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi



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

NIDN.0024037701

Pembimbing I



(Drs. Muhammad Masruri, M.M.)

NIDN.061085601

Mengetahui,

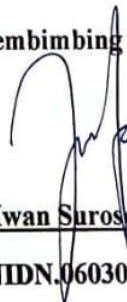
Dekan



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

NIDN.0616077304

Pembimbing II



(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)

NIDN.0603067701

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanya kepada Allah SWT, Rabb semesta alam, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sampai saat ini penulis masih diberikan nikmat iman dan islam. Sungguh pertolongan dan kasih sayang-Nya sungguh besar sehingga dapat tersusun skripsi yang berjudul Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Alzena Skincare Winong. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan bantuan, pengarahan, dorongan, motivasi dan masukan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. Kertati Sumekar, SE, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 4) Drs. Muhammad Masruri, MM., sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- 5) Iwan Suroso, SE., MM., CFP selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 6) Kedua Orang Tua yang telah mendidik, merawat dan menyayangi saya dan tiada henti mendoakan saya dan memberikan dukungan penuh serta masukan dan nasihat yang menghidupkan semangat saya

- 7) Seluruh dosen pada Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pengetahuan kepada penulis selama mengikuti kuliah selama ini.
- 8) Para staf tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan kelancaran proses administrasi selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
- 9) Pimpinan dan karyawan Alzena Skincare Winong yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah banyak membantu dalam rangka penyusunan skripsi ini.
- 10) Seluruh responden yaitu customer di Alzena Skincare Winong.
- 11) Teman-teman serta kerabat yang turut memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Kudus,

2024

Penulis

Elisa Elviana

2017-11-268

MOTTO

Kehidupan itu cuma dua hari. Satu hari untukmu dan satu hari melawanmu. Maka pada saat ia untukmu jangan bangga dan gegabah, dan saat ia melawanmu bersabarlah. Karena keduanya ujian bagimu.

-Ali bin Abi Thalib

Berusahalah untuk tidak menjadi manusia yang berhasil tapi berusahalah menjadi manusia yang berguna.

-Albert Einstein

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Kedua Orang Tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan secara moral dan materiil sehingga saya bisa sampai dititik sekarang ini

**Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen
Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Alzena
Skincare Winong**

Elisa Elviana

2017-11-268

Pembimbing : 1. Drs. Muhammad Masruri, MM.
2. Iwan Suroso, SE., MM., CFP

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Alzena Skincare Winong. Objek dari penelitian ini adalah konsumen dari Alzena Skincare Winong, Pati. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang minimal sudah dua kali membeli produk atau menggunakan jasa dari Alzena Skincare Winong. Sampel pada penelitian ini adalah 120 responden. Menggunakan metode *purposive sampling* dalam penyebaran kuesioner yang diolah menggunakan AMOS 24. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel harga terhadap loyalitas konsumen. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : Harga, Kualitas pelayanan, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen

The Effect of Price and Service Quality on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction as an Intervening Variable in Alzena Skincare Winong

Elisa Elviana

2017-11-268

Lecturer : 1. Drs. Muhammad Masruri, MM.
2. Iwan Suroso, SE., MM., CFP

*Management Study Progam
Economic and Business Faculty
Muria Kudus University*

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of price and service quality on consumer loyalty through consumer satisfaction as an intervening variable at Alzena Skincare Winong. The object of this research is the consumers of Alzena Skincare Winong, Pati. The population of this research is consumers who have purchased a product at least twice or used the services of Alzena Skincare Winong. The sample in this study was 120 respondents. Using purposive sampling method in distributing questionnaires processed using AMOS 24. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence between price variables on consumer satisfaction. There is a positive and insignificant effect between service quality variables on customer satisfaction. There is a positive and insignificant effect between the price variables on consumer loyalty. There is a positive and insignificant effect between service quality variables on consumer loyalty. There is a positive and significant influence between the variables of the influence of consumer satisfaction on consumer loyalty.

Keywords: Price, Quality service, customer loyalty, Customer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup.....	8
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Harga	12
2.1.1. Teori Harga	12
2.1.2. Peranan Harga.....	12
2.1.3. Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.4. Indikator Harga	14
2.2. Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.1. Teori Kualitas Pelayanan	16
2.2.2. Faktor-faktor Yang Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	16
2.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.3. Kepuasan Konsumen	18
2.3.1. Teori Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	19

2.3.3. Indikator Kepuasan Konsumen.....	20
2.4. Loyalitas Konsumen	21
2.4.1. Teori Loyalitas Konsumen.....	21
2.4.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	21
2.4.3. Indikator Loyalitas Konsumen.....	22
2.5. Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.3.1. Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.3.2. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.3. Harga Terhadap Loyalitas Konsumen	25
2.3.4. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	25
2.3.5. Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	26
2.6. Penelitian Terdahulu	27
2.7. Model Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.8. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Rancangan Penelitian.....	34
3.2. Variabel Penelitian.....	34
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3.1. Variabel Harga (X1)	36
3.3.2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	36
3.3.3. Variabel Kepuasan Konsumen (Y1)	37
3.3.4. Variabel Loyalitas Konsumen (Y2)	38
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4.1. Jenis Data	38
3.4.2. Sumber Data.....	39
3.5. Populasi dan Sampel	40
3.5.1. Populasi.....	40
3.5.2. Sampel.....	40
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.7. Teknik Pengolahan Data	42
3.8. Teknik Analisis Data.....	44

3.8.1. Pengembangan Model Teoritis	44
3.8.2. Pengembangan Diagram Alur (<i>Path Diagram</i>)	44
3.8.3. Konversi Diagram Alur ke Dalam Persamaan.....	44
3.8.4. Memilih Matrix Input dan Estimasi Model	45
3.8.5. Evaluasi Kriteria <i>Goodness-of-Fit</i>	45
3.8.6. Indeks Kesesuaian dan <i>Cut-Off Value</i>	45
3.8.7. Interpretasi dan Modifikasi Model.....	47
3.8.8. Uji Validitas & Reliabilitas.....	48
3.8.9. Uji Normalitas.....	50
3.8.10. Uji <i>Outlier</i>	50
3.8.11. Uji Hipotesis	51
3.8.12. Uji Mediasi.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Objek Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Umum Alzena <i>Skincare</i> Winong.....	52
4.1.2. Visi dan Misi.....	52
4.2. Penyajian Data	54
4.2.1. Data Responden Penelitian	54
4.2.2. Tanggapan Responden.....	56
4.3. Analisis Data.....	60
4.3.1. Analisis Faktor Konfirmatori.....	61
4.4. Uji Instrumen	72
4.4.1. Uji Validitas	72
4.4.2. Uji Reliabilitas	73
4.4.3. <i>Discriminant Validity</i>	73
4.5. Uji Normalitas.....	75
4.6. Evaluasi <i>Outlier</i>	76
4.7. <i>Structur Equation Full Model</i>	78
4.8. Uji Hipotesis	81
4.9. Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	84
4.10. Pembahasan Hasil Penelitian	87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	93
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
KUESIONER PENELITIAN.....	98
LAMPIRAN.....	104



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Penjualan Al-Zena <i>Skincare</i> Winong Tahun (2019-2021)	10
Tabel 3.1. Bobot Nilai Kuesioner Skala Likert.....	42
Tabel 3.2. Index Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness-of-Fit Index</i>).....	47
Tabel 4.1. Data Menurut Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2. Data Menurut Usia Responden	55
Tabel 4.3. Data Menurut Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Terhadap Harga (X1)	57
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X2)	58
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y1)	59
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y2).....	60
Tabel 4.8. Uji Model GOF (<i>Goodness of Fit</i>) Variabel Eksogen	62
Tabel 4.9. Uji Model GOF (<i>Goodness of Fit</i>) Variabel Endogen.....	63
Tabel 4.10. GOF (<i>Goodness of Fit</i>) Variabel Eksogen dan Endogen.....	65
Tabel 4.11. Konfirmatori Konstruk Eksogen dan Endogen Tahap I	66
Tabel 4.12. <i>Standardized Direct</i> Eksogen & Endogen Tahap I.....	67
Tabel 4.13. Uji Model <i>Goodness of Fit</i> Eksogen & Endogen II.....	69
Tabel 4.14. Konfirmatori Konstruk Eksogen dan Endogen Tahap II.....	70
Tabel 4.15. <i>Standardized Direct</i> Eksogen & Endogen Tahap II	71
Tabel 4.16. Uji Validitas dan Reliabilitas	72
Tabel 4.17. Akar Kuadrat Nilai AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	74
Tabel 4.18. <i>Correlation: (Group Number 1 - Default Model)</i>	74
Tabel 4.19. Nilai Korelasi Antar Variabel $\sqrt{\text{AVE}}$	75
Tabel 4.20. Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.21. Analisis <i>Outliers</i>	77
Tabel 4.22. Uji Model Goodness of Fit Variabel SEM Penuh	79
Tabel 4.23. Analisis Konfirmatori Konstruk Full SEM Penuh.....	80
Tabel 4.24. <i>Standardized Direct</i> Model SEM Penuh	81
Tabel 4.25. <i>Regression Weights Standardized Estimates</i>	82
Tabel 4.26. Hasil Estimasi <i>Direct Effect</i>	85

Tabel 4.27. Hasil Estimasi Direct Effect, Indirect Effect, and Total Effect	85
Tabel 4.28. Hasil Estimasi <i>Standardized Regression Weight</i>	86
Tabel 4.29. <i>Squared Multiple Correlation</i>	87



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model KPT (Kerangka Pemikiran Teoritis).....	32
Gambar 4.1. Konfirmatori Variabel Eksogen	61
Gambar 4.2. Konfirmatori Variabel Endogen.....	63
Gambar 4.3. Konfirmatori Variabel Penuh Tahap I	65
Gambar 4.4. Konfirmatori Variabel Penuh Tahap II	68
Gambar 4.5. Pengujian Model SEM Eksogen dan Endogen Penuh	78

