



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO  
KALINYAMATAN JEPARA)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh

Nova Putri Amalia

NIM 2019-11-651

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

**2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO  
KALINYAMATAN JEPARA)**

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

Oleh:

Nova Putri Amalia

2019-11-651

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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO  
KALINYAMATAN JEPARA)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal .....

Pembimbing I




(Dina Lusianti, S.E., M.M. AAK.)  
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)  
NIDN. 0601099201

Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO  
KALINYAMATAN JEPARA)**

Nama : Nova Putri Amalia  
NIM : 2019-11-651  
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



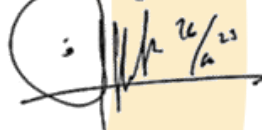
(Dina Lusianti, S.E., M.M. A.A.K)  
NIDN. 0630098401

Mengetahui,  
Dekan



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

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)  
NIDN. 0601099201

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto:

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Inna ma'al-'usri yusrā

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.” - QS. Al-Insyirah: 6

“Yakinlah, ada sesuatu yang menantimu setelah sekian banyak kesabaran (yang kau jalani), yang akan membuatmu terpana hingga akan lupa betapa pedihnya rasa sakit” – Ali bin Abi Thalib.

“Jika harapanmu dimusnahkan oleh janji manusia, segeralah bangkit karena harapan dari Tuhan tak pernah berhianat” – Amira Shahera.

### Persembahan:

Orang tua dan keluarga

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO KALINYAMATAN JEPARA)”**. Penyusunan skripsi ini guna memenuhi tugas akhir strata satu Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah membantu. Penulis menyampaikan ucapan 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 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Dina Lusianti, S. E., M. M., AAK., selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan nasehat bagi segala kebingungan saya dalam mengerjakan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah, S. E., M. M., selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan kritik substansi dalam penelitian skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
7. Pimpinan dan Karyawan Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara yang telah memberi kesempatan dalam proses penelitian.
8. Teristimewa kepada orang tua saya yang saya cintaa yaitu Ibu Tatik dan Bapak Fatkhan serta seluruh keluarga om, tante, kakek dan nenek yang telah memebrikan motivasi, mendoakan dan memberi dukungan berupa materi maupun non materi.
9. Temanku Tri Erlina Anggraeni yang selalu memberi semangat, motivasi sekaligus teman *healing* di sela-sela pengerjaan skripsi ini.
10. Teman- teman aabcd, Rina Amalia Putri, Talitha Ayu Hapsari, Adinda Ike Safitri dan Yuniar Rahma Adisti yang selalu ada dan memberi semangat.

Tidak lupa penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis berharap dapat diberikan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus, 2023  
Penulis

Nova Putri Amalia  
NIM. 2019-11-651

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KOMUNIKASI  
PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI PADA KONSUMEN RABBANI CABANG MARGOYOSO  
KALINYAMATAN JEPARA)**

NOVA PUTRI AMALIA  
2019-11-651

Pembimbing: 1. Dina Lusianti, S. E., M. M., AAK.  
2. Faridhatun Faidah, S. E., M. M.

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

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Rabbani cabang margoyoso kalinyamatan jepara). Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 120 responden. Analisis data menggunakan analisis SEM AMOS v.24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen mampu memediasi pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci: kualitas pelayanan, komunikasi pemasaran, loyalitas konsumen, kepuasan konsumen.**



***EFFECT OF SERVICE QUALITY AND MARKETING COMMUNICATON  
ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS  
INTERVENING VARIABLE (STUDY ON CONSUMERS OF RABBANI  
MARGOYOSO BRANCH KALINYAMATAN JEPARA)***

NOVA PUTRI AMALIA  
2019-11-651

*Advisor* : 1. Dina Lusianti, S. E., M. M., AAK.  
2. Faridhatun Faidah, S. E., M. M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the effect of service quality and marketing communications on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable (studies on consumers of Rabbani branch of Margoyoso Kalinyamatan, Jepara). The population in this study were the consumers of the Rabbani branch of Margoyoso Kalinyamatan, Jepara. The sampling technique used purposive sampling to produce a sample of 120 respondents. Data analysis using AMOS v.24 SEM analysis. Based on the results of the study, it shows that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, marketing communications has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, marketing communications has a positive and significant effect on customer loyalty, consumer satisfaction has a positive and significant effect and significant effect on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on consumer loyalty. Consumer satisfaction is able to mediate the effect of marketing communications on consumer loyalty .*

***Keyword: service quality, marketing communications, consumer loyalty, consumer satisfaction***

## DAFTAR ISI

	<b>Hal</b>
HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.3 Loyalitas Konsumen.....	15
2.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen.....	15
2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	16
2.3.3 Indikator Loyalitas Konsumen.....	17
2.4 Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	19

2.4.3	Indikator Kepuasan Konsumen.....	21
2.5	Kualitas Pelayanan .....	22
2.5.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	22
2.5.2	Indikator Kualitas Pelayanan .....	22
2.6	Komunikasi Pemasaran .....	24
2.6.1	Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	24
2.6.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	25
2.6.3	Indikator Komunikasi Pemasaran.....	25
2.7	Pengaruh Antar Variabel .....	26
2.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	26
2.7.2	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.7.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	27
2.7.4	Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen .....	28
2.7.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	29
2.8	Penelitian Terdahulu.....	30
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
2.10	Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Rancangan Penelitian .....	34
3.2	Variabel Penelitian .....	34
3.2.1	Jenis Variabel.....	34
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	35
3.3.1	Loyalitas Konsumen.....	35
3.3.2	Kepuasan Konsumen.....	35
3.3.3	Kualitas Pelayanan .....	36
3.3.4	Komunikasi Pemasaran.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4.1	Jenis Data.....	37
3.4.2	Sumber Data.....	37
3.5	Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1	Populasi.....	38
3.5.2	Sampel.....	38

3.6	Pengumpulan Data.....	39
3.6.1	Wawancara .....	39
3.6.2	Kuesioner .....	40
3.7	Pengolahan Data.....	40
3.7.1	<i>Scoring</i> .....	40
3.7.2	<i>Editing</i> .....	40
3.7.3	<i>Tabulating</i> .....	41
3.7.4	<i>Coding</i> .....	41
3.8	Uji Alat Instrumen .....	41
3.8.1	Uji Validitas .....	41
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	42
3.9	Analisis Data .....	43
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.9.2	Analisis Kuantitatif.....	43
3.10	Uji Normalitas Data.....	49
3.11	Uji <i>Outliers</i> .....	49
3.12	Uji Hipotesis.....	50
3.13	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		52
4.1	Gambar Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1	Profil Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara .....	52
4.1.2	Visi dan Misi Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara.....	52
4.2	Penyajian Data.....	53
4.2.1	Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	55
4.3	Uji Alat Instrumen .....	58
4.3.1	Uji Validitas .....	58
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	61
4.4	Analisis Data .....	61
4.4.1	Uji Normalitas Data .....	62
4.4.2	Uji <i>Outliers</i> .....	63

4.4.3	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> ) Eksogen dan Endogen.....	63
4.4.4	Analisis Konfirmatori <i>Full Measurement Model</i> .....	68
4.4.5	Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM) Full Model</i> .....	71
4.4.6	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i> .....	72
4.4.7	Uji Hipotesis.....	74
4.4.8	Analisis Pengaruh Langsung ( <i>Direct</i> ) dan Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect</i> ).....	77
4.5	Pembahasan .....	78
BAB V PENUTUP .....		85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran .....	86
DAFTAR PUSTAKA .....		88
LAMPIRAN .....		92

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 <i>Review</i> Kualitas Pelayanan Konsumen Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara .....	4
Gambar 1.2 Komparasi <i>Top Brand</i> Subkategori Kerudung Bermerek .....	6
Gambar 1.3 Omset Penjualan Produk Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel (Studi pada Konsumen Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepara). .....	32
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	45
Gambar 4.1 Analisis Konfirmatori Variabel Eksogen .....	65
Gambar 4.2 Analisis Konfirmatori Variabel Endogen .....	66
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i> Model Sebelum Perbaikan .....	69
Gambar 4.4 <i>Full Measement</i> Model Setelah Perbaikan .....	70
Gambar 4.5 Analisis Konfirmatori <i>Full Model</i> .....	72

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1	Data Pengunjung Rabbani Cabang Margoyoso Kalinyamatan Jepra Tahun 2018 - 2022 .....5
Tabel 3.1	Bobot Nilai Kuesioner Skala Likert .....40
Tabel 3.2	Tabel Indeks <i>Goodness of Fit</i> .....48
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....53
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....54
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian .....54
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) .....55
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variabel Komunikasi Pemasaran (X <sub>2</sub> ).....56
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....57
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Variabel Loyalitas Konsumen (Y) .....58
Tabel 4.8	Hasil Convergent Validity .....59
Tabel 4.9	Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE).....60
Tabel 4.10	Discriminant Validity.....60
Tabel 4.11	Uji Construct Reliability.....61
Tabel 4.12	Uji Normalitas <i>Assessment of normality</i> .....62
Tabel 4.13	Analisis <i>Outlier</i> .....63
Tabel 4.14	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Eksogen.....65
Tabel 4.15	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....65
Tabel 4.16	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> Variabel Endogen .....67
Tabel 4.17	Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen .....68
Tabel 4.18	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Index Full Measurement Model .....69
Tabel 4.19	Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Index Full Measurement Model ....70
Tabel 4.20	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit</i> Full Model .....72

Tabel 4.21	Standardized Regression Weights .....	72
Tabel 4.22	Hasil Koefisien Determinasi ( <i>Squared Multiple Correlation</i> ) .....	73
Tabel 4.23	Hasil Uji Hipotesis <i>Regression Weights</i> .....	74
Tabel 4.24	Hasil Estimasi Direct Effect Standardized Regression Weights ....	77
Tabel 4.25	Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	78

