



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA GRABFOOD DI KABUPATEN
KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Diajukan oleh :

FERRY FIHARTANTO
NIM. 2018-11-281

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : FERRY FIHARTANTO

NIM : 2018-11-281

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

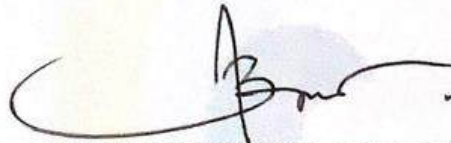
Tanggal 14 Agustus 2024

Dosen Pembimbing I



SUTONO, SE, MM, Ph.D
NIDN. 0626017003

Dosen Pembimbing II



AGUNG SUBONO, SE, M.Si
NIDN. 052017602

Mengetahui.,
Ketua Program Studi Manajemen



NOOR INDAH RAHMAWATI, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS**

Nama : FERRY FIHARTANTO
NIM : 2018-11-281
Program Studi : Manajemen

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

Kudus, 2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



NOOR INDAH RAHMAWATI, SE, MM
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



SUTONO, SE, MM, Ph.D
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan



DR. KERTATI SUMEKAR, SE, MM
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



AGUNG SUBONO, SE, M.Si
NIDN. 052017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

1. Orang-orang yang beriman lebih kuat cintanya kepada Allah (QS. Al-Baqarah:165)
2. Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang dicukupkan pahala mereka tanpa batas." (QS. Az-Zumar:10)
3. Barang siapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apa pun, niscaya dia akan melihat (balasan) nya." (QS. Al-Zalzalah:7)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua Orang Tua
2. Teman-teman
3. Almamater UMK

KATA PENGANTAR

Saya panjatkan kehadiran 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 Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Grabfood di Kabupaten Kudus**. Maksud dan tujuan 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 ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

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, SE, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin penelitian.
4. Sutono, SE, MM, Ph.D selaku dosen pembimbing pertama atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Agung Subono, SE, M.Si selaku dosen pembimbing kedua atas segala arahan dan bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

6. Para Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang memberikan bekal ilmu kepada penulis.

Tidak ada suatu apapun yang penulis dapat berikan kepada beliau yang telah membantu dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Allah SWT telah memberi balasan yang setimpal. Amin, akhir kata peneliti berharap semoga hasil skripsi ini dapat memiliki manfaat bagi pihak semuanya.

Kudus, 2024
Penulis,

Ferry Fihartanto
NIM.201811281

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN PADA GRABFOOD DI KABUPATEN KUDUS**

FERRY FIHARTANTO
NIM 2018-11-281

Pembimbing I. Sutono, SE, MM, Ph.D
Pembimbing II Agung Subono, SE, M.Si

ABSTRAKSI

Penelitian bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Grabfood di Kabupaten Kudus. Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 175 pelanggan Grabfood di Kabupaten Kudus. Pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif. Uji instrument menggunakan uji validitas terdiri dari AVE (*Average Variance Extracted*), *convergent validity*, uji normalitas, *construct reliability*. Analisis Data menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dan digerakkan oleh program AMOS. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu mempengaruhi positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan, persepsi harga mampu mempengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, citra merek mampu mempengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi harga mampu mempengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra merek mampu mempengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan mampu mempengaruhi positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek, kepuasan, loyalitas pelanggan.

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER
SATISFACTION AT GRABFOOD IN KUDUS REGENCY**

FERRY FIHARTANTO
NIM 2018-11-281

Advisor I. Sutono, SE, MM, Ph.D
Advisor II Agung Subono, SE, M.Si

MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
PROGRAM STUDY OF MANAGEMENT

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of service quality, price perception and brand image on customer loyalty through customer satisfaction at Grabfood in Kudus Regency. The research sample was 175 Grabfood customers in Kudus Regency. Data collection uses a questionnaire (questionnaire). Data analysis uses descriptive statistical analysis. The instrument test uses a validity test consisting of AVE (Average Variance Extracted), convergent validity, normality test, construct reliability. Data analysis uses Structural Equation Modeling (SEM) and is driven by the AMOS program. Based on the results of the analysis, it shows that service quality has a positive but not significant effect on customer loyalty, price perception has a positive and significant effect on customer loyalty, brand image has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality has a positive not significant effect on customer satisfaction, price perception has a positive effect and significant to customer satisfaction, brand image has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service quality, price perception, brand image, satisfaction, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
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. Loyalitas Pelanggan	13
2.2. Kepuasan Pelanggan	19
2.3. Kualitas Pelayanan	26
2.4. Persepsi Harga	31
2.5. Citra Merek	32
2.6. Pengaruh Antar Variabel	34
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	44
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	49
2.9. Hipotesis	50
BAB. III. METODE PENELITIAN	52
3.1. Rancangan Penelitian	52
3.2. Variabel penelitian	52
3.3. Jenis dan Sumber Data	56
3.4. Penentuan Populasi dan Sampel	58
3.5. Metode Pengumpulan Data	61
3.6. Pengolahan Data.....	63
3.7. Analisis Data.....	59
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
4.2. Penyajian Data	68
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	76
4.4. Analisis Data	81
4.5. Pembahasan	98
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1. Kesimpulan	118
5.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Perbandingan Harga Grabfood dengan Pesaing di Kabupaten Kudus	4
1.2. Perkembangan Jasa Transportasi Online dari Tahun 2019-20124 di Kabupaten Kudus.....	6
1.3. Fenomena Loyalitas terkait Layanan Pesan Antar Makanan di Kabupaten Kudus	7
4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	69
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
4.5. Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan	71
4.6. Jawaban Responden terhadap Persepsi Harga	72
4.7. Jawaban Responden terhadap Citra Merek	73
4.8. Jawaban Responden terhadap Kepuasan Pelanggan	74
4.9. Jawaban Responden terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.10. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	76
4.11. Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_2)	77
4.12. Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_3)	77
4.13. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1)	78
4.14. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2)	79
4.15. Uji <i>Variance Extracted</i> (AVE)	79
4.16. Discriminant Validity	80
4.17. Uji <i>Construct Reliability</i>	81
4.18. Uji Model Goodness of Fit Full Measurement Tahap Awal ...	82
4.19. Standardized Regression Weights	84
4.20. Uji Model Goodness of Fit Full Measurement Revisi	86
4.21. Standardized Regression Weights : Group Number 1 – Default Model	88
4.22. Uji Normalitas	89
4.23. Analisis Outliers	90
4.24. <i>Standardized Regression Weights</i> : (Group Number 1 – Default Model)	92
4.25. Square Multiple Correlation	93
4.26. Regression Weight	94
4.27. Hasil Estimasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i>	97

	DAFTAR GAMBAR	Halaman
Gambar 1.1.	Keluhan Pelanggan terkait Dengan Aplikasi Grab di	3
1.2.	Kabupaten Kudus.....	
2.1.	Grafik Pengguna Transportasi Online Grab Online 2019- 2024 di Kabupaten Kudus	5
3.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan pada Diagram Alur	63
4.1.	Konfirmatory Full Measurement Tahap Awal	81
4.2.	Konfirmatory Full Measurement Revisi	85
4.3.	<i>Structural Equation Modeling</i>	91