



**PENGARUH *PRICE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PROMOTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA DEMAK GREEN GARDEN (DEGEKA))**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

MELIANA NATANIA

202011505

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH *PRICE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PROMOTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA DEMAK GREEN GARDEN (DEGEKA))**

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

Oleh:

MELIANA NATANIA

202011505

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

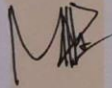
**PENGARUH *PRICE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PROMOTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA DEMAK GREEN GARDEN (DEGEGA))**

Nama : Meliana Natania
NIM : 202011505
Program Studi : Manajemen

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

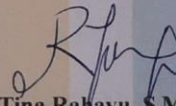
Kudus, 12 Februari 2025

Pembimbing I



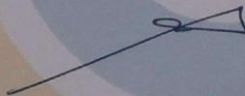
(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Pembimbing II



(Tina Rahayu, S.M., M.M)
NIDN. 0611059601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



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

**PENGARUH PRICE, SERVICE QUALITY, DAN PROMOTION
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY MELALUI CUSTOMER
SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
PADA DEMAK GREEN GARDEN (DEGEKA))**

Nama : Meliana Natania
NIM : 202011505
Program Studi : Manajemen

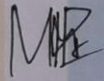
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 13 Februari 2025

Mengetahui
Ketua Program Studi

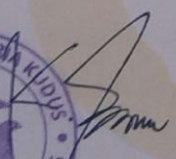
Pembimbing I

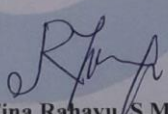

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN. 0024037701


(Mira Meilia Marka, S.E., M.M)
NIDN. 0606058801

Mengetahui
Dekan

Pembimbing II


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


(Tina Rahayu, S.M., M.M)
NIDN. 0611059601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Karena Sesungguhnya Bersama Kesulitan Itu Ada Kemudahan”

(QS. Al-Insyirah ayat 5)

“Bersungguh-sungguhlah untuk mendapatkan apa yang bermanfaat bagimu dan mintalah pertolongan kepada Allah (dalam setiap urusan) serta janganlah sekali-kali engkau merasa lemah”

(H.R. Muslim)

Persembahan:

1. Ayah Suyitno (Alm) dan Ibu Sukesi yang mampu mendidik penulis, memberikan semangat, memberikan dukungan, memberikan doa dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kakak Zulia Diah Anggraeni dan Yaqub Fahrur Rohim, yang sudah memberikan motivasi, semangat dan dukungan materi dalam perkuliahan ini.
3. Teman-teman seperjuangan kuliah yang selalu memberikan arahan dan masukan dalam mengerjakan Skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY, DAN PROMOTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA DEMAK GREEN GARDEN (DEGEKA))”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan saran yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan 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. Mira Meilia Marka, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I dan Tina Rahayu, S.M., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.

6. Ayah Suyitno (Alm) cinta pertama dan panutan penulis, yang telah menemani perkuliahan ini sampai penulis mengerjakan skripsi sebelum akhirnya berpulang ke pangkuan Allah SWT. Beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat, dukungan, doa dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
7. Ibu Sukesi, pintu surga penulis, Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi penulis, Beliau mampu mendidik penulis, memberikan semangat, dukungan, doa dan motivasi tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
8. Kakak Zulia Diah Anggraeni dan Yaqub Fahrur Rohim, yang sudah memberikan motivasi, semangat dan dukungan materi dalam perkuliahan ini.
9. Teman-teman seperjuangan kuliah yang selalu memberikan arahan dan masukan dalam mengerjakan Skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu diperlukan kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pembaca.

Kudus,
Penulis

2025



Meliana Natania
NIM. 202011505

**PENGARUH *PRICE*, *SERVICE QUALITY*, DAN *PROMOTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA DEMAK
GREEN GARDEN (DEGEKA))**

MELIANA NATANIA

2020-11-505

Pembimbing : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
2. Tina Rahayu, S.M., M.M.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price*, *service quality*, dan *promotion* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening (studi pada demak green garden (degega)). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 120 responden yang dipilih menggunakan teknik metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis *structural equation model* (SEM) AMOS. Hasil yang diperoleh ialah: *price* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, *promotion* tidak berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, *service quality* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *promotion* tidak berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. *Customer satisfaction* tidak dapat memediasi hubungan antara *price* terhadap *customer loyalty*. *customer satisfaction* dapat memediasi hubungan antara *service quality* terhadap *customer loyalty*. *customer satisfaction* tidak dapat memediasi hubungan antara *promotion* terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *Price*, *Service Quality*, *Promotion*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND PROMOTION ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A
INTERVENING VARIABLE (STUDY OF DEMAK GREEN GARDEN
(DEGEGA))***

MELIANA NATANIA

2020-11-505

Advisor : 1. Mira Meilia Marka, S.E., M.M.
2. Tina Rahayu, S.M., M.M.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, service quality, and promotion on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable (study at Demak Green Garden (Degega)). The approach used is a quantitative approach. The sample used in the study was 120 respondents selected using the purposive sampling method. The data collection technique used the questionnaire method. The data analysis technique used the AMOS structural equation model (SEM) analysis. The results obtained are: price does not affect customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion does not affect customer satisfaction, price has a positive and significant effect on customer loyalty, service quality does not affect customer loyalty, promotion does not affect customer loyalty, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction cannot mediate the relationship between price and customer loyalty. Customer satisfaction can mediate the relationship between service quality and customer loyalty. Customer satisfaction cannot mediate the relationship between promotions and customer loyalty.

Keywords: *Price, Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

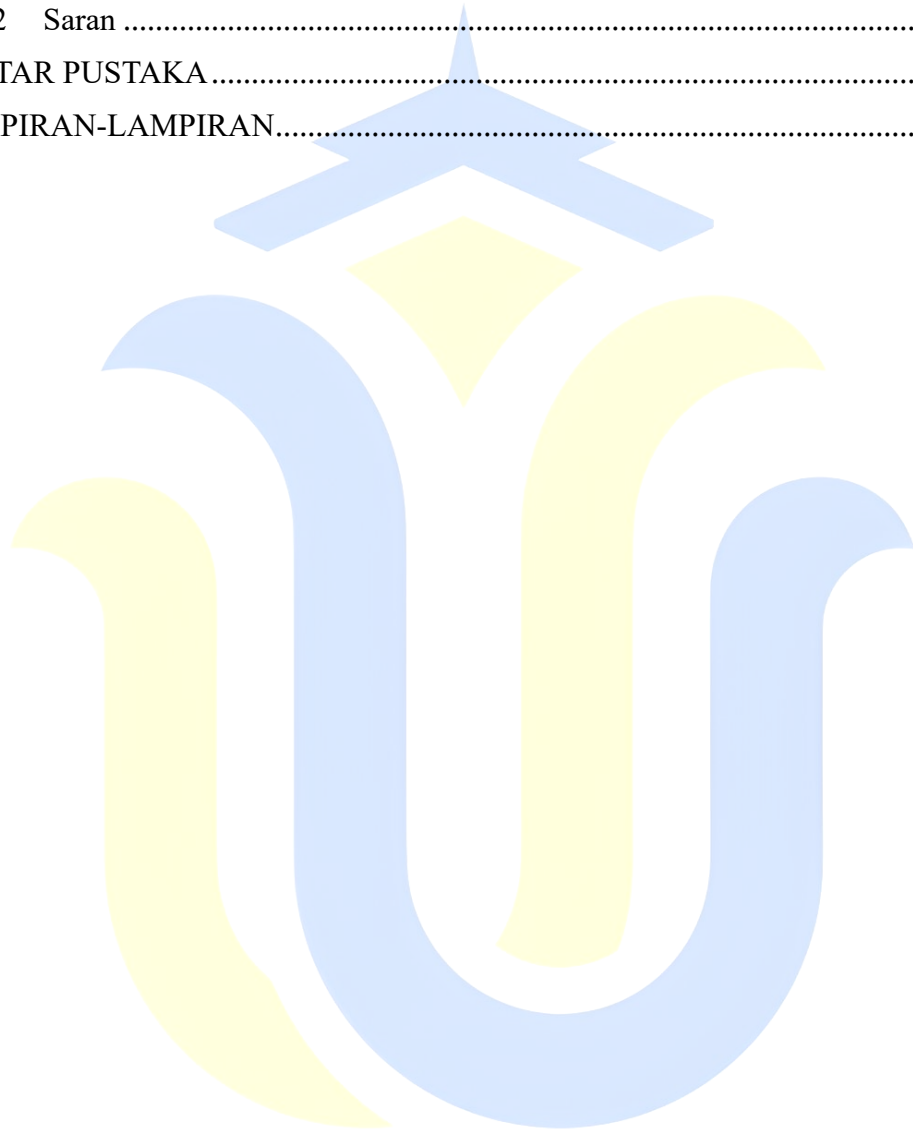
Halaman

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	12
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 <i>Stimulus Organism Response (S-O-R)</i>	17
2.1.1 Pengertian <i>Stimulus Organism Response (S-O-R)</i>	17
2.2 Price	20
2.2.1 Pengertian <i>Price</i>	20
2.2.2 Indikator <i>Price</i>	20
2.3 <i>Service Quality</i>	22
2.3.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	22
2.3.2 Indikator <i>Service Quality</i>	23
2.4 <i>Promotion</i>	24
2.4.1 Pengertian <i>Promotion</i>	24
2.4.2 Indikator <i>Promotion</i>	25
2.5 <i>Customer Loyalty</i>	27

2.5.1	Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	27
2.5.2	Faktor <i>Customer Loyalty</i>	28
2.5.3	Indikator <i>Customer Loyalty</i>	30
2.6	<i>Customer Satisfaction</i>	32
2.6.1	Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	32
2.6.2	Faktor <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.6.3	Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	36
2.7	Pengaruh Antar variabel.....	37
2.7.1	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	37
2.7.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.7.3	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	38
2.7.4	Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.7.5	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	39
2.7.6	Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.7.7	Pengaruh <i>Customer Loyalty</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	40
2.8	Penelitian Terdahulu	41
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Hipotesis.....	47
2.9.1	Kerangka Pemikiran.....	47
2.9.2	Hipotesis	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	49
3.1	Rancangan Penelitian.....	49
3.2	Variabel Penelitian	49
3.2.1	Jenis variabel	49
3.2.2	Definisi operasional.....	50
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	53
3.3.1	Jenis Data.....	53
3.3.2	Sumber Data	53
3.4	Populasi dan Sampel	54
3.4.1	Populasi	54
3.4.2	Sampel	54
3.5	Pengumpulan Data	55
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	57

3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.7 Pengolahan Data	58
3.8 Analisis Data.....	59
3.8.1 Interpretasi dan modifikasi model	64
3.8.2 Uji Hipotesis.....	65
3.8.3 Uji Mediasi	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	66
4.2 Penyajian Materi	68
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.2.2 Reponden Berdasarkan Usia.....	68
4.2.3 Responden Berdasarkan Domisili Wilayah	69
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
4.2.5 Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.3 Analisis Data.....	74
4.3.1 <i>Convergent Validity</i>	74
4.3.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	75
4.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	76
4.3.4 Construct Reliability.....	76
4.3.5 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	77
4.4 Pembahasan.....	94
4.4.1 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	94
4.4.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	95
4.4.3 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	96
4.4.4 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	97
4.4.5 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	98
4.4.6 Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i>	99
4.4.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	100
4.4.8 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	101

4.4.9	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	102
4.4.10	Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA.....		108
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		113



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1	Jumlah Pengunjung Demak Green Garden 2023	3
Tabel 1. 2	Daftar Harga Tiket Masuk Wisata Demak Green Garden	5
Tabel 1. 3	Daftar Harga Tiket dan Harga Wahana Wisata Demak Green Garden.....	5
Tabel 1. 4	Wawancara pada Wisata Demak Green Garden	13
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	56
Tabel 3.2	Kriteria <i>Goodness of fit</i>	63
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Tabel 4. 5	Deskripsi Variabel <i>Price</i>	71
Tabel 4. 6	Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	71
Tabel 4. 7	Deskripsi variabel <i>Promotion</i>	72
Tabel 4. 8	Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 9	Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	73
Tabel 4. 10	Uji <i>Convergent Validity</i>	75
Tabel 4. 11	<i>Uji Average Variance Extracted (AVE)</i>	76
Tabel 4. 12	Uji <i>Discriminant Validity</i>	76
Tabel 4. 13	Uji <i>Construct Reliability</i>	77
Tabel 4. 14	Uji Normalitas Data	77
Tabel 4. 15	Uji <i>Outlier</i>	78
Tabel 4. 16	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	80

Tabel 4. 17	Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	81
Tabel 4. 18	Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	82
Tabel 4. 19	Uji Model Goodness of Fit Variabel Endogen	83
Tabel 4. 20	Regression Weights: (Group number 1 - Default model)	84
Tabel 4. 21	Pengolahan Konfirmatori Full Measurement Model	85
Tabel 4. 22	Pengujian Konfirmatori Full Model SEM Sebelum Perbaikan...	86
Tabel 4. 23	Pengujian Konfirmatori Full Model SEM Setelah Perbaikan.....	87
Tabel 4. 24	Standardized Regression Weight	88
Tabel 4. 25	Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	88
Tabel 4. 26	Regression Weights.....	90
Tabel 4. 27	Analisis Total Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung	93

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen Terkait <i>Price</i>	6
Gambar 1. 2 Keluhan Konsumen Terkait <i>Service Quality</i>	7
Gambar 1. 3 Keluhan Konsumen Terkait <i>Promotion</i>	8
Gambar 1. 4 Keluhan Konsumen Terkait <i>Customer Loyalty</i>	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	47
Gambar 4.1 Logo Demak Green Garden	66
Gambar 4. 2 Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan	79
Gambar 4. 3 Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	81
Gambar 4. 4 Pengujian Konfirmatori Endogen	83
Gambar 4. 5 Pengolahan Konfirmatori Full Measurement Model	85
Gambar 4.7 Pengujian Konfirmatori Full Model SEM Setelah Perbaikan	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Identitas Responden & Tabulasi	132
Lampiran 3 Hasil Analisis Data Penelitian	138

