

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Surakarta)



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

**SATRIO PUTRANTO
B 100110033**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertandatangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Surakarta)

Yang ditulis oleh :

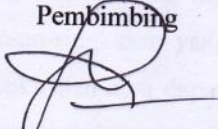
SATRIO PUTRANTO

B 100 110 033

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 12 Februari 2015

Pembimbing


(Lukman Hakim, S.E, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SATRIO PUTRANTO.....

NIRM : 11.6.106.02016.500033.....

Jurusan : MANAJEMEN.....

Judul Skripsi : PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI (Studi Pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang
Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 12 Februari 2015
Yang membuat pernyataan,

Satrio Putranto

MOTTO

*Hai orang-orang yang beriman, mintalah pertolongan dengan sabar
dan tetap menegakkan shalat, sesungguhnya Allah
menyertai orang-orang yang sabar.*

(Al-Baqarah : 153)

”You can walk on the water if you believe you can”

(Tom DeLonge)

**“I hated every minute of training, but suffer now and live the rest of your life as
a champion”**

(Muhammad Ali)

“The harder you work the luckier you get”

(Jorge Lorenzo)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati penulis persembahkan karya kecil ini untuk :

- Allah SWT, yang memberikan hidup, menjadi tujuan hidupku, dan tempatku kembali nanti.
- Rosulullah SAW, yang telah mewariskan ajaran dan tuntunannya kepada kita semua.
- Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan semuanya, doa, kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu besar dalam hidupku.
- Kakaku tercinta Tommy Prahara.
- Bapak Lukman Hakim, S.E, M.Si. selaku pembimbing yang selalu sabar dalam membimbingku menyelesaikan skripsi ini.
- Vika seseorang yang spesial yang selalu mendukung, memberikau semangat, dan tempat berbagi rasa suka dan duka.
- “ASM CREW” Mu’ad, Ambon, Oyon, Angka, Pincuk, Tebo, Soing, Boyke, Sonny, Kebo, Gendut, Koko, Mudir, Komeng, Okky, Parto yang selalu menemani hari-hariku selama masa perkuliahan ini, semoga tetap berlanjut sampai kapanpun.
- Sahabat-sahabatku sedari SMA Bayu, Tiag, Hanung dan Andre

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis (1) pengaruh langsung *perceived value* terhadap loyalitas konsumen (2) pengaruh langsung *perceived value* terhadap kepuasan konsumen (3) pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen (4) pengaruh tidak langsung *perceived value* terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen pada Waroeng SS Cabang Surakarta.

Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Waroeng SS Cabang Surakarta, dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang melalui tahap pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Uji persyaratan regresi menggunakan uji asumsi klasik. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur.

Kesimpulan dari hasil pengujian setiap hipotesis menunjukkan bahwa (1) *Perceived value* berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen Waroeng “SS” cabang Surakarta. (2) *Perceived value* berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen Waroeng “SS” cabang Surakarta. (3) Kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen Waroeng “SS” cabang Surakarta. (4) *Perceived value* berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen Waroeng “SS” cabang Surakarta melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa seluruh hipotesis dapat diterima atau terbukti kebenarannya.

Maka penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa kepuasan yang memediasi pengaruh antara *perceived value* terhadap loyalitas konsumen memberikan pengaruh yang lebih tinggi pada loyalitas pelanggan dibandingkan dengan pengaruh langsung. Dengan demikian untuk mewujudkan konsumen yang loyal maka Waroeng “SS” cabang Surakarta harus mampu memuaskan konsumen, dan untuk memuaskan konsumen harus memberikan nilai yang tinggi kepada konsumen.

Kata kunci: *perceived value*, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur Allah SWT, karena hanya atas rahmat dan karunia-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Surakarta) sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan banyak pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

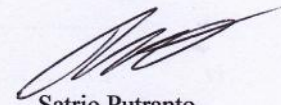
1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Lukman Hakim, SE, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
5. Konsumen Waroeng "SS" cabang Suakarta yang telah bersedia menjadi responden.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan yang berguna bagi penyusunan skripsi ini.

Semoga kebaikan semua pihak tersebut di atas mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 12 Februari 2015

Penulis



Satrio Putranto

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEHENDAK MENYERIK	iii
HALAMAN KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
A. Konsep Kewirausahaan	4
B. Karakteristik Kewirausahaan	10
C. Nilai-nilai yang Mempengaruhi Kewirausahaan	15
D. Peran dan Fungsi Kewirausahaan	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	21

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEABSAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Loyalitas Konsumen	9
B. Kepuasan Konsumen	16
C. Nilai Terpersepsi (<i>Perceived Value</i>).....	19
D. Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Kerangka Pemikiran	31
B. Objek Penelitian	32
C. Hipotesis	32
D. Populasi dan Prosedur Penentuan Sampel	33
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35

	F. Jenis dan Sumber Data	37
	G. Teknik Pengumpulan Data	38
	H. Uji Instrumen Penelitian	39
	I. Uji Asumsi Klasik	40
	J. Teknik Analisis Data	42
	K. Hasil Pengumpulan Data	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	51
	A. Rumah Makan Waroeng “SS” Cabang Surakarta.....	51
	B. Deskripsi Karakteristik Responden	58
	C. Uji Instrumen Penelitian	60
	D. Analisis Persepsi Responden	62
	E. Uji Asumsi Klasik	65
	F. Analisis Hasil Penelitian	67
	G. Pembahasan	75
BAB V	KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	82
	A. Kesimpulan	82
	B. Implikasi	83
	C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Responden Menurut Tingkat Pendidikan Formal	58
Tabel 4.3 Responden Menurut Penghasilan/Uang Saku	59
Tabel 4.4 Responden Menurut Pengalaman Membeli	60
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i>	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Loyalitas Konsumen	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	62
Tabel 4.9 Persepsi Responden terhadap <i>Perceived Value</i>	63
Tabel 4.10 Persepsi Responden terhadap Kepuasan Konsumen	64
Tabel 4.11 Persepsi Responden terhadap Loyalitas Konsumen	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Sederhana Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	68
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh <i>Perceived Value</i> Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	69
Tabel 4.17 Hasil Uji F Pengaruh <i>Perceived Value</i> dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Penciptaan Nilai Menuju Loyalitas	13
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.2 Model Analisis Jalur	44
Gambar 4.1 Menu Makanan Waroeng “SS” Cabang Surakarta	54
Gambar 4.2 Menu Minuman Waroeng “SS” Cabang Surakarta	55
Gambar 4.3 Rangkuman Hasil Uji Koefisien Pengaruh Tidak Langsung dan Koefisien Pengaruh Langsung.....	74