

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

TESIS

**Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Magister Manajemen**



Oleh

**ERNI SETYOWATI
NIM. P100140056**

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

NOTA PEMBIMBING

Drs. Wiyadi, M.M., Ph. D
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudara Erni Setyowati

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Erni Setyowati
NIM	: P 100140056
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemeditasi

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Surakarta, 30 September 2016
Pembimbing I,



Drs. Wiyadi, M.M., Ph. D

NOTA PEMBIMBING

Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudara Erni Setyowati

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.


Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Erni Setyowati
NIM	: P 100140056
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 30 September 2016
Pembimbing 2,



Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D

TESIS BERJUDUL
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

ERNI SETYOWATI

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 18 Oktober 2016

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama


Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D

Anggota Dewan Penguji Lain


Dr. Anton Agus Setiawan, M.Si

Pembimbing Pendamping I


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D

Pembimbing Pendamping II

Surakarta, 26 Oktober 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur.




Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Erni Setyowati

NIM : P 100 140 056

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap
Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai
Variabel Pemediiasi

menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti ini jiplakan dan plagiasi, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 30 September 2016

Yang membuat pernyataan,



Erni Setyowati

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka
mengubah keadaan diri mereka sendiri.

(QS. Ar Ra'd 13:11)

Percayalah apa yang anda tanam, pasti anda tuai.
Segala sesuatu indah pada waktunya.

(Hendrik Leverty)

PERSEMBAHAN

Dengan segala doa dan puji syukur kehadiran Allah SWT, Penulis persembahkan karya kecil ini kepada:

1. Allah SWT dengan segala kemuliaan-Nya, setiap goresan tinta dalam lembar putih ini merupakan petunjuk dan anugerah yang tak terhingga.
2. Orang tuaku, terimakasih untuk semua doa, bimbingan dan dukungan, serta kasih sayang yang selalu kalian berikan.
3. My HTP (Hendri Tri Putranto), terimakasih telah bersedia untuk menjadi tempat keluh kesahku dan slalu menemaniku di segala kondisi serta menjadi penyemangatku.
4. Semua teman dan sahabatku, yang slalu bersedia membantuku, mendukungku dan pendorong semangatku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusunan tesis ini dapat terselesaikan pada waktunya. Tesis yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi”** ini, disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati, S.H. M. Hum, selaku Direktur PPs Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph. D, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Wiyadi, M.M., Ph. D, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah banyak menyediakan waktu ditengah-tengah kesibukannya untuk membimbing dalam penyusunan tesis ini.
5. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Pd. D, selaku Dosen Pembimbing II, terimakasih atas bantuannya demi kelancaran penyusunan tesis ini.
6. Segenap pengelola dan segenap dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pelayanan administrasi demi suksesnya penyelesaian studi.
7. Kedua orang tuaku, kusampaikan banyak terimakasih atas segalanya yang kalian berikan, doa yang tak henti-hentinya dipanjatkan untukku.
8. My HTP (Hendri Tri Putranto), yang telah senantiasa menemaniku di segala kondisi.
9. Saudara dan teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, semangat serta turut memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang akan datang. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi, pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 30 September 2016

Penulis

Erni Setyowati

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING I.....	ii
NOTA PEMBIMBING II	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	7
1. Kualitas Pelayanan	7
2. Harga.....	10
3. Citra Merek	12
4. Kepuasan Pelanggan	14
5. Loyalitas Pelanggan	17
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Pengembangan Hipotesis.....	22

	D. Kerangka Pemikiran	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Desain Penelitian	27
	B. Lokasi Penelitian	27
	C. Populasi dan Sampel.....	27
	D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
	E. Data dan Tehnik Pengumpulan Data.....	30
	F. Pengujian Instrumen Pengumpulan Data	30
	1. Uji Validitas	30
	2. Uji Reliabilitas	31
	G. Metode Analisis Data	32
	1. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	32
	2. Uji Hipotesis	33
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
	1. Sejarah PT. JNE	35
	2. Visi dan Misi PT. JNE	35
	3. Jenis-jenis Layanan PT. JNE.....	36
	B. Deskripsi Responden Penelitian	37
	1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin...	37
	2. Karakteristik Responden Menurut Usia	37
	3. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir	38
	4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	39
	C. Deskripsi Jawaban Responden	39
	D. Analisis Data	42
	1. Hasil Uji Deskriptif Data	42
	2. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	43
	3. Pengujian Korelasi	46
	4. Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	47
	5. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	49
	6. Diagram Analisis Jalur.....	52

7. Pengujian Hipotesis	53
E. Pembahasan	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	65
B. Keterbatasan Penelitian	65
C. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga...	40
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	41
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	41
Tabel 4.9	Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan.....	42
Tabel 4.10	Deskripsi Data Penelitian	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas X_1	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas X_2	44
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas X_3	44
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Y_1	45
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Y_2	45
Tabel 4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	46
Tabel 4.17	Hasil Pengujian Korelasi	47
Tabel 4.18	Koefisien Jalur Persamaan 1	48

Tabel 4.19	Koefisien Jalur Persamaan 2	48
Tabel 4.20	Pengaruh Tidak Langsung X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y_2 yang dimediasi oleh Y_1	49
Tabel 4.21	Hasil Uji Determinasi Persamaan 1	50
Tabel 4.22	Pengaruh Langsung X_1 , X_2 , X_3 dan Y_1 terhadap Y_2	50
Tabel 4.23	Hasil Uji Determinasi Persamaan 2.....	51
Tabel 4.24	Hasil Uji F Persamaan 1	53
Tabel 4.25	Hasil Uji F Persamaan 2	54
Tabel 4.26	Hasil Uji t Persamaan 1	55
Tabel 4.27	Hasil Uji t Persamaan 2	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1 Diagram Analisis Jalur	32
Gambar 4.1 Diagram Analisis Jalur	52
Gambar 4.2 Uji F Persamaan 1	53
Gambar 4.3 Uji F Persamaan 2	55
Gambar 4.4 Statistik Uji t Pengaruh X_1 Terhadap Y_1	56
Gambar 4.5 Statistik Uji t Pengaruh X_2 Terhadap Y_1	57
Gambar 4.6 Statistik Uji t Pengaruh X_3 Terhadap Y_1	58
Gambar 4.7 Statistik Uji t Pengaruh X_1 Terhadap Y_2	59
Gambar 4.8 Statistik Uji t Pengaruh X_2 Terhadap Y_2	60
Gambar 4.9 Statistik Uji t Pengaruh X_3 Terhadap Y_2	61
Gambar 4.10 Statistik Uji t Pengaruh Y_1 Terhadap Y_2	62

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mentah *Try Out*
- Lampiran 3 Data Mentah Jawaban Responden
- Lampiran 4 Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Frekuensi Data Jawaban Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Deskriptif Data
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Pengujian Korelasi Antar Variabel
- Lampiran 9 Hasil Uji Path

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI**

Oleh:
Erni Setyowati
Email: erniezt_rushthy@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh: 1) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. 2) harga terhadap kepuasan pelanggan. 3) citra merek terhadap kepuasan pelanggan. 4) kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. 5) harga terhadap loyalitas pelanggan. 6) citra merek terhadap loyalitas pelanggan. 7) kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 orang responden dengan metode *accidental sampling*. Alat analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil pengujian instrumen menyimpulkan bahwa semua variabel valid dan reliabel sebagai alat pengumpul data. Dari hasil analisis data didapatkan bahwa: 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 4) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 5) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 6) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 7) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, citra merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

Abstract

This research aims to identify and analyze: 1) the quality of service to customers satisfaction. 2) price to customers satisfaction. 3) brand image on customers satisfaction. 4) quality of service to customers loyalty. 5) price to customers loyalty. 6) brand image to customers loyalty. 7) customers satisfaction to customers loyalty. The data of this research is the premier data which was obtained from the answers of 100 respondents with accidental sampling method. This research is using path analysis. The test result concluded that all variables instrument are valid and reliable as a data collecting tool. In the data analysis shows that: 1) service quality has positive and significant effect on customers satisfaction. 2) price has the positive and significant impact on customers satisfaction. 3) brand image has positive and significant impact on customers satisfaction. 4) the quality of service has positive and significant effect on the customers loyalty. 5) price has positive and significant effect on customers loyalty. 6) brand image has positive and significant effect on customers loyalty. 7) customers satisfaction has positive and significant effect on the customers loyalty.

Keywords: service quality, price, brand image, customers satisfaction, customers loyalty.