

**ANALISIS PENGARUH *SERVICESCAPES*
TERHADAP LOYALITAS DENGAN VARIABEL
MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI EMPIRIK: ARMADA BUS DAN HALTE
BATIK SOLO TRANS KORIDOR I)**

TESIS

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



Oleh

**Angie Wiyaning Putri
NIM. P100170004**

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

NOTA PEMBIMBING

Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudari Angie Wiyaning Putri

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 : Angie Wiyaning Putri
NIM : P 100170004
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Pengaruh *Servicescapes* terhadap Loyalitas
dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen
(Studi Empirik: Armada Bus dan Halte Batik Solo Trans
Koridor I)

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, 19 Agustus 2019
Pembimbing I

Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS

NOTA PEMBIMBING

Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.

Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudari Angie Wiyaning Putri

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	: Angie Wiyaning Putri
NIM	: P 100170004
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Analisis Pengaruh <i>Servicescapes</i> terhadap Loyalitas dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Empirik: Armada Bus dan Halte Batik Solo Trans Koridor I)

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, 19 Agustus 2019

Pembimbing II,



Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D.

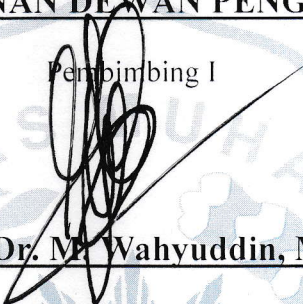
TESIS BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH *SERVICESCAPES* TERHADAP
LOYALITAS DENGAN VARIABEL MEDIASI KEPUASAN
KONSUMEN (STUDI EMPIRIK: ARMADA BUS DAN
HALTE BATIK SOLO TRANS KORIDOR I)**

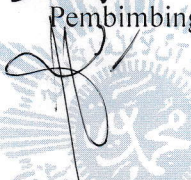
Yang dipersiapkan dan disusun oleh
ANGIE WIYANING PUTRI
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 3 September 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

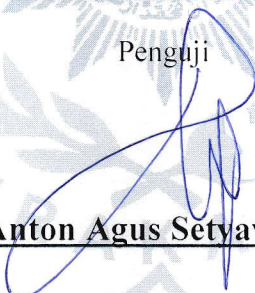
Pembimbing I


Prof. Dr. M. Wahyuddin, M.S

Pembimbing II


Soepatini, M.Si, Ph.D

Penguji


Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si

Surakarta, 10 September 2019
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,




Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Angie Wiyaning Putri
NIM : P 100 170 004
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Analisis Pengaruh *Servicescapes* terhadap Loyalitas dengan
Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen
(Studi Empirik: Armada Bus dan Halte Batik Solo Trans
Koridor I)

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 tesis ini jiplakan dan terdapat plagiasi, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 19 Agustus 2019
Yang membuat pernyataan,



Angie Wiyaning Putri

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 6)

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

“Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), Tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”

(Q.S. Al-Insyirah: 7)

إِنَّ اللَّهَ لَا يُضِيعُ أَجْرَ الْمُحْسِنِ

“Maka sesungguhnya Allah tidak menyia-nyiakan pahala orang-orang yang berbuat baik.”

(Q.S. Yusuf: 90)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada:

Allah SWT yang selalu memberikan nikmat dan karunia yang luar biasa.

Kedua orang tua dan orang tua besan tercinta, papa heriyoso, papa joko, mama endang, dan mama titien, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dorongan dan kesabaran dalam membimbing saya sampai saat ini.

Suamiku, Ridho Priutomo yang telah memberikan doa, nasehat, cinta, kasih sayang, kesabaran, dan semua yang istrinya butuhkan dengan ikhlas.

Anak pertamaku, Rayna Priutomo yang telah menjadi penyemangat hidup dan menjadi tempat belajar tentang kehidupan bagi mama.

Sahabat-sahabat dan almamater MM UMS yang telah banyak berbagi ilmu dan pengalaman yang sangat berharga.

**ANALISIS PENGARUH *SERVICESCAPES* TERHADAP
LOYALITAS DENGAN VARIABEL MEDIASI
KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI EMPIRIK: ARMADA BUS DAN HALTE
BATIK SOLO TRANS KORIDOR I)**

Angie Wiyaning Putri

ABSTRAK

Perusahaan jasa memiliki karakteristik produk yang tidak berwujud, sehingga *servicescape* digunakan konsumen untuk mengevaluasi layanan secara obyektif. Evaluasi konsumen terhadap *servicescape* dapat menciptakan kepuasan konsumen yang pada akhirnya dapat menjadi loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *servicescape* terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Dimensi *servicescape* dalam penelitian ini mencakup estetika, kenyamanan, kebersihan, dan tata letak. Obyek penelitian ini adalah perusahaan jasa transportasi Batik Solo Trans. Instrumen pengambilan data menggunakan kuesioner yang dikumpulkan secara langsung dan daring. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel sejumlah 115. Metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan metode estimasi *maximum likelihood* digunakan untuk menganalisis data penelitian. *Servicescape* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang, tetapi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas penumpang. Kepuasan penumpang terbukti memiliki peran mediasi di antara *servicescape* dan loyalitas penumpang.

Kata Kunci: *Servicescape*, kepuasan penumpang, loyalitas penumpang.

ABSTRACT

Service companies have intangible product characteristics, so servicescape is used by consumers to evaluate services objectively. Consumer evaluation of servicescape can create customer satisfaction which can ultimately become loyalty. This study aims to determine the effect of servicescape on loyalty with customer satisfaction as a mediating variable. The servicescape dimensions in this study include aesthetics, comfort, cleanliness, and layout. The object of this research is the transportation service company Batik Solo Trans. Data collection instruments using questionnaires collected directly and online. The sampling technique used was purposive sampling with a sample of 115. Structural Equation Modeling (SEM) method with a maximum likelihood estimation method was used to analyze research data. Servicescape is proven to have a significant effect on passenger satisfaction, but does not have a significant effect on passenger loyalty. Passenger satisfaction is proven to have a mediating role between servicescape and passenger loyalty.

Keywords: *Servicescape, passenger's satisfaction, passenger's loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmat serta kasih-Nya yang begitu besar yang selalu menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tesis ini sehingga tesis dan penelitian ini dapat terselesaikan dengan lancar. Ucapan terima kasih ini penulis berikan kepada:

1. Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Bambang Soemardjoko, M.Pd. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh kegiatan belajar di Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Wiyadi, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing dan membantu terselesaikannya tesis ini dengan baik.
5. Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk membimbing dan membantu terselesaikannya tesis ini dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Kedua orang tua dan orang tua besan tercinta yang senantiasa mendoakan dan memberikan semangat.
8. Suami dan anakku tercinta yang senantiasa mendoakan dan menjadi penyemangat hidup.

9. Sahabat-sahabat MM UMS Angkatan 2017 kelas C atas dorongan dan kerjasamanya selama ini.
10. PT. Batik Solo Trans selaku pengelola Batik Solo Trans koridor I yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi membuat tesis ini menjadi lebih bermanfaat.

Surakarta, 19 Agustus 2019

Angie Wiyaning Putri
P100 170 004

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	7
1. Teori Ekonomi Mikro	7
2. Teori Psikologis	8
3. Teori Sosiologis	9
4. Teori Antropoligis.....	9
B. <i>Servicescape</i>	13
1. Estetika.....	15
2. Kenyamanan	15
3. Kebersihan	15
4. Tata Letak	16
C. Kepuasan Konsumen.....	16
D. Loyalitas Konsumen.....	18
E. Penelitian Terdahulu.....	20

F. Pengembangan Hipotesis	25
G. Model Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	30
B. Data dan Sumber Data.....	30
C. Populasi dan Teknik Sampling.....	31
D. Metode Pengumpulan Data	32
E. Teknik Analisis Data	33
F. Uji Instrumen Penelitian	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas	35
G. Teknik Analisis.....	36
1. Kecukupan Sampel	36
2. Normalitas.....	36
3. Outlier	36
4. Multikolinearitas.....	37
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Responden.....	42
B. Diskripsi Jawaban Responden.....	48
C. Uji Instrumen Penelitian.....	56
1. Uji Validitas.....	56
2. Uji Reliabilitas	59
D. Uji Asumsi Model	60
1. Uji Normalitas.....	60
2. Uji Outlier	62
3. Uji Multikolineritas.....	64
E. Uji Hipotesis.....	65
F. Uji Ketepatan Model.....	74
1. Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	74
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	79
G. Pembahasan	79
1. Pengaruh Variabel Estetika terhadap Kepuasan dan Loyalitas	79
2. Pengaruh Variabel Kenyamanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas ..	80
3. Pengaruh Variabel Kebersihan terhadap Kepuasan dan Loyalitas	81

4.	Pengaruh Variabel Tata Letak terhadap Kepuasan dan Loyalitas	82
5.	Pengaruh Variabel Kepuasan terhadap Loyalitas	82
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan.....	84
B.	Saran	85
C.	Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Rute Koridor Bus Batik Solo Trans	2
Tabel 3.1 Pembagian Waktu Pengumpulan Data	32
Tabel 3.1 Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran	33
Tabel 4.1 Jumlah Responden Penelitian	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.6 Variabel Estetika	48
Tabel 4.7 Variabel Kenyamanan	50
Tabel 4.8 Variabel Kebersihan	51
Tabel 4.9 Variabel Tata Letak	52
Tabel 4.10 Variabel Kepuasan	53
Tabel 4.11 Variabel Loyalitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Data	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Outlier Univariate	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolineritas	64
Tabel 4.16 Persamaan Model Pengukuran	65
Tabel 4.17 Persamaan Model Structural	66
Tabel 4.18 Hasil Analisis SEM	70
Tabel 4.19 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Estetika	75
Tabel 4.20 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Kenyamanan	75
Tabel 4.21 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Kebersihan	76
Tabel 4.22 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Tata Letak	76
Tabel 4.23 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan	77
Tabel 4.24 Hasil Uji CFA Validitas dan Reliabilitas Variabel Loyalitas	77
Tabel 4.25 Hasil Uji Kecocokan Model	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen Blackbox	11
Gambar 2.3 Model Servuction	12
Gambar 2.4 Tipologi Perusahaan Jasa Berdasarkan Variasi dalam Bentuk dan Penggunaan Servicescape	14
Gambar 2.5 Peningkatan Laba Perusahaan dari Loyalitas Konsumen	20
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	20
Gambar 2.7 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	21
Gambar 2.8 Kerangka Konseptual Penelitian	22
Gambar 2.9 Kerangka Konseptual Penelitian	23
Gambar 2.10. Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian	24
Gambar 2.11. Kerangka Pemikiran Penelitian	29
Gambar 4.1 Moda Transportasi Umum Favorit	46
Gambar 4.2 Frekuensi Penggunaan	46
Gambar 4.3 Durasi Penggunaan	47
Gambar 4.4 Tujuan Penggunaan	47
Gambar 4.5 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Estetika	56
Gambar 4.6 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Kenyamanan	57
Gambar 4.7 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Kebersihan	57
Gambar 4.8 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Tata Letak	58
Gambar 4.9 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Kepuasan	58
Gambar 4.10 Hasil Uji KMO-MSA Variabel Loyalitas	59
Gambar 4.11 Hasil Uji Outlier Multivariate	63
Gambar 4.12 Path Diagram Hybrid Model	67
Gambar 4.13 Hasil Analisis SEM (T-value)	69
Gambar 4.14 Hasil Analisis SEM (Estimates)	69
Gambar 4.15 Tahapan Analisis Variabel Mediasi	73
Gambar 4.16 Hasil Analisis Variabel Mediasi	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Hasil Uji Turnitin.....	98
Lampiran 3 Data Uji Instrumen	99
Lampiran 4 Data Penelitian.....	100
Lampiran 5 Data Perilaku Penggunaan.....	103
Lampiran 6 Uji Validitas Instrumen	104
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Instrumen.....	107
Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik	109
Lampiran 9 Data Normalisasi Lisrel 8.80	114
Lampiran 10 Structural Equation Modelling (Sem)	116