

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA INDIHOME DI KOTA PADANG**



OLEH :

LISMA SEPTILIANI

1710011211077

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Mencapai Gelar Sarjana (S1)

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNGHATTA
2020**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Bung Hatta, menyatakan:

Nama : LISMA SEPTILIANI
NPM : 1710011211077
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,
Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan
Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
Pada Indihome Di Kota Padang**

Telah disetujui skripsi ini sesuai dengan prosedur, ketentuan, dan kelaziman yang
berlaku dan telah dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 17**
Februari 2022.

Pembimbing Skripsi



Dr. Reni Yuliviona S.E, M.M

Disetujui oleh



Dr. Erni Febrena Harahap, S.E., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Padang, Agustus 2021

Lisma Septiliani

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK,
KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
PADA INDIHOME DI KOTA PADANG**

Heru kurniawan¹, Reni Yuliviona²,

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Harta

Email : lismaseptiliani021@gmail.com, Danyuliviona@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, kepercayaan dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasaan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Indihome Di kota Padang yang berjumlah sebanyak seratus dua puluhorang responden. Metode analisa data dalam penelitian ini adalah PLS dan SPSS. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan metode analisis meliputi: *Measurement Model Assessment* , *Analisis Deskriptif*, *R Square*, *Q square* dan *Structural Model Assessment*. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome di kota Padang. Harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasaan pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasaan pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasaan pelanggan pada Indihome di kota Padang. Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasaan

pelanggan pada Indihome di kota Padang. Bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Indihome di kota Padang. Kepuasan pelanggan mempengaruhi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada Indihome dikota Padang. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan pada Indihome dikota Padang. Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada Indihome dikota Padang dan Kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan pada Indihome dikota Padang

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Harga, Kepuasan pelanggan, Loyalitas pelanggan

EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY,

***TRUST AND PRICE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE***

AT INDIHOME IN PADANG CITY

Heru Kurniawan¹, Reni Yuliviona²,

Department of Management, Faculty of Economics, Bung Hatta University

Lecturer in the Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hart University

Email : lismaseptilian021@gmail.com, Dan yuliviona@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality, trust and price on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable. This study uses data collection methods by distributing questionnaires. The population and samples used in this study were Indihome customers in the city of Padang totaling one hundred and twenty respondents. The data analysis methods in this study were PLS and SPSS. The hypotheses in this study were tested using analytical methods including: Measurement Model Assessment, Descriptive Analysis, R Square, Q Square and Structural Model Assessment. From the test results it can be concluded that service

quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Product quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Trust has no effect on customer loyalty to Indihome in the city of Padang. Price has no effect on customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at Indihome in the city of Padang. Product quality has no effect on customer satisfaction at Indihome in the city of Padang. Trust has no effect on customer satisfaction at Indihome in the city of Padang. Price has no effect on customer satisfaction at Indihome in the city of Padang. That customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Customer satisfaction affects the relationship between service quality and customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Customer satisfaction has no effect on the relationship between product quality and customer loyalty at Indihome in the city of Padang. Customer satisfaction has no effect on the relationship between trust and customer loyalty at Indihome in the city of Padang and customer satisfaction does not affect the relationship between price and customer loyalty at Indihome in the city of Padang.

Keywords: ***Service Quality, Product Quality, Trust, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty***

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i

ABSTRAK..... ii

ABSTRACT..... iii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL v

DAFTAR LAMPIRAN vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7	
1.3 Tujuan Penelitian	8	
1.4 Manfaat Penelitian	9	

BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Literatur
10	
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	10
2.1.1.1 Pengertian Loyalits Pelanggan	10
2.1.1.2Pentingnya Loyalitas Pelanggan	11
2.1.1.3Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	13

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.4 Kualitas Produk.....	16
Pengertian Kualitas Produk	16
2.1.4 Kepercayaan	17
PengertianKepercayaan	17
2.1.5Harga.....	18
Pengertia Harga.....	18
2.1.6 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.2.4 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.7 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.8 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.2.9 Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.2.10Pengaruh Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Pelanggan.....	24

2.2.11 Pengaruh Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Loyalitas Pelanggan	25
2.2.12 Pengaruh Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Antara Kualitas Kepercayaan Dengan Loyalitas Pelanggan	25
2.2.13 Pengaruh Kepuasan pelanggan memediasi hubungan Antara Harga Dengan Loyalitas Pelanggan.....	26
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Populasi Dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	29
3.2.2 Sampel	29
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	30
3.3 Jenis Dan Sumber Data	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Defenisi Operasional Variabel Dan Indikator Variabel	31
3.5 Pengukuran Instrumen	35
3.5.1 Analisa Deskriptif	36
3.6 Teknik Analisis Data	37

3.6.1 Model Pengukuran <i>Measurement Model Assesment</i>	38
---	----

3.6.1.1 <i>Convergent Validity</i>	39
--	----

3.6.1.2 <i>Discriminant Validity</i>	39
--	----

3.6.2 <i>R-Square and Q-Square</i>	40
--	----

3.7 <i>Structur Model Assesment</i>	40
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	33
----------------------------	----

4.1.1 <i>Response Rate</i>	33
----------------------------------	----

4.1.2 Profil Responden	34
------------------------------	----

4.1.3 Mengevaluasi Model Pengukuran <i>Measurement Model Assesment</i>	35
--	----

4.1.3.1 <i>Convergent Validity</i>	35
--	----

4.1.3.2 Reliabilitas konstruktur (<i>Reliability Construct</i>).....	40
--	----

4.1.3.3 <i>Discriminant Validity</i>	42
--	----

4.1.4 Analisis Deskriptif	44
---------------------------------	----

4.1.4.1 Loyalitas Pelanggan (Y)	44
---------------------------------------	----

4.1.4.2 Kepuasan Pelanggan (I)	45
--------------------------------------	----

4.1.4.3 Kualitas Pelayanan (X1)	46
---------------------------------------	----

4.1.4.4 Kualitas Produk (X2)	46
------------------------------------	----

4.1.4.5 Kepercayaan (X3)	46
--------------------------------	----

4.1.4.6 Harga (X4)	46
4.1.5 <i>R-Square</i> dan <i>Q-Square</i>	47
4.1.6 <i>Structural Model Assesment</i>	48
4.2 Pembahasan	50
4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome di Kota Padang	50
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome di Kota Padang	50
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome di Kota Padang	
50	
4.2.4 Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Indihome di Kota Padang .	50
4.2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome di kota Padang	51
4.2.6 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome di kota Padang	51
4.2.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome di kota Padang	
51	
4.2.8 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Indihome di kota Padang	51
4.2.9 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Indihome di kota Padang	52
4.2.10Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan	
Antara Kuliatas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan	

pada Indihome di Kota Padang 52

4.2.11 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan

Antara Kualitas Produk Dan Loyalitas Pelanggan

pada Indihome di Kota Padang 52

4.2.12 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan

Antara Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan

pada Indihome di Kota Padang 52

4.2.13 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi Hubungan

Antara Harga Dan Loyalitas Pelanggan

pada Indihome di Kota Padang 52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 54

5.2 Saran 55

DAFTAR PUSTAKA