

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH
PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI TOKO R-STYLE KOTA METRO**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi syarat dalam penyusunan skripsi



Amirul Alfi Arkham

18610013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022



HALAMAN JUDUL

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH
PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI TOKO R-STYLE KOTA METRO**

SKRIPSI

Amirul Alfi Arkham

18610013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2022

Abstrak

Amirul Alfi Arkham, 2022. Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan di toko R-Style Kota Metro. Skripsi. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Pembimbing (II) H. Suryadi, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui peran mediasi kepuasan pelanggan dalam memediasi *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan desain penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode mediasi dari analisis jalur, responden yang digunakan dari sampel perhitungan sebanyak 84 responden selama penelitian 7 hari. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dan pengambilan data menggunakan angket kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang sering melakukan transaksi pembelian selama 7 hari penelitian tersebut. Alat analisis yang digunakan ialah analisis regresi sederhana dan multi regresi ganda dengan keputusan koefisien analisis jalur serta parsial t dan koefisien determinasi.

Hasil riset membuktikan bahwa nilai persepsi dari kepuasan pelanggan yang merupakan serangkaian nilai yang dirasakan oleh pelanggan dari suatu model atau produk yang kemudian dijadikan suatu bahan evaluasi sehingga pelanggan memiliki komitmen tertentu dalam perilaku pembeliannya, maka respon emosional berupa perasaan senang dan lega karena telah tercukupi atau terpenuhi hasrat hatinya setelah melakukan pembelian suatu produk/jasa.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, *perceived value*, loyalitas pelanggan.

Abstract

Amirul Alfi Arkham, 2022. The role of customer satisfaction in mediating the effect of perceived value on customer loyalty at the Metro City R-Style store. Thesis. Management Studies Program. Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah Metro University. Supervisor (I) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Supervisor (II) H. Suryadi, S.E., M.M.

The purpose of this study was to determine the mediating role of customer satisfaction in mediating perceived value on customer loyalty. While the research design uses quantitative mediation methods from path analysis, the respondents used from the calculation sample are 84 respondents during the 7-day study. The sampling technique used purposive sampling and data collection using a questionnaire given to consumers who frequently made purchase transactions during the 7 days of the study. The analytical tools used are simple regression analysis and multiple regression with the path analysis coefficient decision and partial t and the coefficient of determination.

The results of the research prove that the perceived value of customer satisfaction is a series of values felt by customers from a model or product which is then used as an evaluation material so that customers have a certain commitment in their buying behavior, then the emotional response is a feeling of pleasure and relief because it has been fulfilled or fulfilled. desire after making a purchase of a product/service.

Keywords: customer satisfaction, perceived value, customer loyalty.

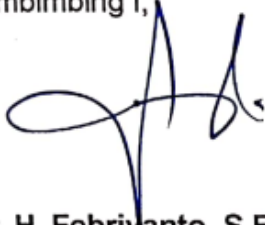
PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI TOKO R-STYLE KOTA METRO

Nama : Amirul Alfi Arkham
NPM : 18610013
Prodi : Manajemen

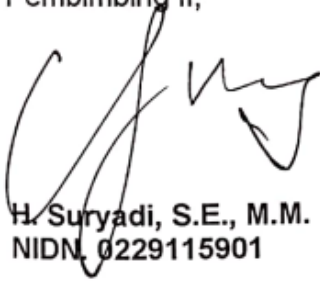
Metro, 16 Juni 2022

Pembimbing I,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

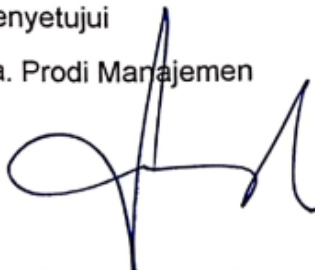
Pembimbing II,



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Menyetujui

Ka. Prodi Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

PERSETUJUAN PENGESAHAN

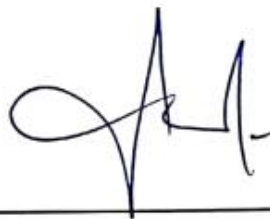
PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI PENGARUH *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DI TOKO R-STYLE KOTA METRO

Nama : Amirul Alfi Arkham
NPM : 18610013
Prodi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Metro, 16 Juni 2022

Tim Penguji,



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Ketua



H. Suryadi, S.E., M.M.
NIDN. 0229115901

Sekretaris



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Penguji Utama

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

HALAMAN MOTTO

“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah.”

(Umar bin Khattab)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun dan dipertanggungjawabkan dalam ujian sebagai salah satu tanda bukti, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Kedua Orang tua yang merupakan sandaran hidupku dan yang selalu mensupport dan mendoakan penulis untuk menyelesaikan kuliah sampai selesai.
2. Seluruh Keluarga dan saudaraku yang selalu mendo'akanku dan memberikan dukungan untuk keberhasilanku.
3. Teman dan sahabatku yang selalu memberikan memberi motivasi dalam segala hal.
4. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa rahmat sekalian alam dan juga untuk keluarga, sahabat serta umat yang senantiasa istiqomah mengikutinya.

Penyusunan skripsi yang berjudul “**Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko R-Style Kota Metro**”. yang di ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (SI) guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Muhammadiyah Metro.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada :

1. Drs.H. Jazim Ahmad, M.Pd, Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan merangkap sebagai penguji utama yang selalu memberikan saran, arahan, dan masukan agar cepat di revisi setelah ujian dalam skripsi ini.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan merangkap sebagai pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berguna sejak awal proses penyusunan dan penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.

4. H. Suryadi, S.E., M.M, sebagai pembimbing II yang telah berkontribusi meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak dan ibu dosen Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar, ikhlas dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membimbing, mendidik dan mendewasakan penulis dalam berfikir dan bertindak.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya atas keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan proposal ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan guna penyempurnaan karya penulis selanjutnya. Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah di lakukan ini sekiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan khususnya dalam bidang ilmu ekonomi.

Metro, 19 Juni 2022



Amirul Alfi Arkham
18610013

SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amirul Alfi Arkham

NPM : 18610013

Prodi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko R-Style Kota Metro”**. Adalah karya saya dan bukan dari plagiarisme.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Strata I Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 20 Juni 2022
Yang membuat pernyataan



Amirul Alfi Arkham
18610013



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2683/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : AMIRUL ALFI AKHRAM
NPM : 18610013
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

**PERAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM MEMEDIASI
PENGARUH PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DI TOKO R-STYLE KOTA METRO**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 01 Juli 2022
Kepala Unit,

[Signature]
Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRCAT	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Kegunaan Penelitian	4
F. Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori	6
1. Pengertian pemasaran	6
2. Konsep pemasaran	6
3. Kepuasan pelanggan.....	7
4. <i>Perceived value</i>	8
a) Konsep <i>percived value</i>	8
b) Indikator <i>percived value</i>	9
5. Loyalitas pelanggan	10
a) Konsep loyalitas pelanggan	10
b) Karakteristik loyalitas pelanggan	10

c) Indikator loyalitas pelanggan	11
B. Penelitian Relevan	12
C. Kerangka model.....	13
D. Hipotesis Penelitian	14
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	16
B. Tahapan penelitian	16
1. Populasi	16
2. Sampel	16
3. Teknik sampling	16
C. Definisi operasional variabel	17
D. Teknik Pengumpulan Data.....	18
E. Instrumen Penelitian	19
F. Teknik Analisis Data	20
1. Uji coba instrumen	20
a. Uji Validitas	20
b. Uji Reliabilitas	21
2. Uji prasarat analisis	21
a. Normalitas.....	21
b. Linieritas	22
c. Homogenitas	22
3. Analisis Jalur	23
a. Model regresi sederhana	23
b. Model regresi berganda	23
c. Membandingkan Koefisien Determinasi (R^2)	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	24
1. Sejarah singkat Toko Grosir R-Style	24
2. Struktur Organisasi Toko Grosir	24
3. Tugas dan wewenang	25
B. Hasil Penelitian	26
1. Pengujian prasyarat Analisis	26
a. Uji Normalitas Data	26
b. Uji Linieritas Y_2 atas Y_1 dengan X	26
2. Deskripsi Data hasil kuesioner	27

a. Distribusi Frekuensi <i>perceived value</i>	27
b. Distribusi Frekuensi kepuasan pelanggan	28
c. Distribusi Frekuensi Loyalitas pelanggan	29
C. Analisis Jalur	31
1. Analisis jalur model regresi sederhana Y_2 atas X.....	31
2. Analisis jalur model regresi berganda (Y_2 dan Y_1 atas X)	32
3. Menghitung total pengaruh tidak langsung <i>perceived value</i> terhadap Loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan	33
4. Hipotesis Statistik	34
D. Hasil dan Pembahasan	34
1. Pengaruh langsung (<i>direct effect</i>) <i>perceived value</i> dengan loyalitas Pelanggan	34
2. Pengaruh tidak langsung (<i>Indirect Effect</i>) <i>perceived value</i> dengan Kepuasan pelanggan	35
3. Pengaruh tidak langsung (<i>Indirect Effect</i>) kepuasan pelanggan Loyalitas pelanggan	35
4. Total Effect <i>perceived value</i> dengan kepuasan pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	36
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	38
B. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Judul	Tabel
1. Data penjualan Toko R-Style bulan Juni-September 2019	2
2. Data Penjualan Toko R-Style bulan Juni – September 2020.....	3
3. Skor alternatif jawaban	19
4. Kisi- Kisi Instrumen.....	20
5. Hasil Keputusan Uji Normalitas Shapiro wilk	26
6. Hasil Uji Linieritas Y_2 atas Y_1 dengan X.....	26
7. Distribusi frekuensi <i>Perceived value</i> (X)	28
8. Distribusi frekuensi Kepuasan pelanggan (Y_1).....	29
9. Distribusi frekuensi loyalitas pelanggan (Y_2).....	30
10. Analisis regresi Linier sederhana Y_2 atas X.....	31
11. Analisis jalur model regresi berganda.....	32

DAFTAR GAMBAR

Judul Gambar	Halaman
1. Kerangka model	14
2. Struktur organisasi toko Grosir R-Style	25
3. Model Sub Struktur I Analisis Jalur	32
4. Model Sub Struktur II Analisis Jalur	33

DAFTAR LAMPIRAN

Judul Lampiran Halaman

1. Kuesioner	44
2. Hasil jawaban Responden	48
3. Skor Total jawaban responden	54
4. Uji Reliabilitas dan Validitas	57
5. Uji Normalitas	61
6. Uji Linieritas Y_2 atas Y_1 dan X	62
7. Uji Homogenitas	62
8. Analisis jalur Regresi sederhana Y_1 atas X.....	63
9. Analisis Jalur Regresi berganda Y_2 atas Y_1 dan X.....	64
10. Tabel Uji Validitas.....	65
11. Tabel Uji t.....	67
12. Tabel Uji Linieritas dan Uji Simultan F	68