

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
BAN SEPEDA MOTOR MEREK MAXXIS
DI SURABAYA**



OLEH:
LULU GABRIELA SANTOSO
3103016034

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019**

**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
BAN SEPEDA MOTOR MEREK MAXXIS
DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan Kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
LULU GABRIELA SANTOSO
3103016034

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

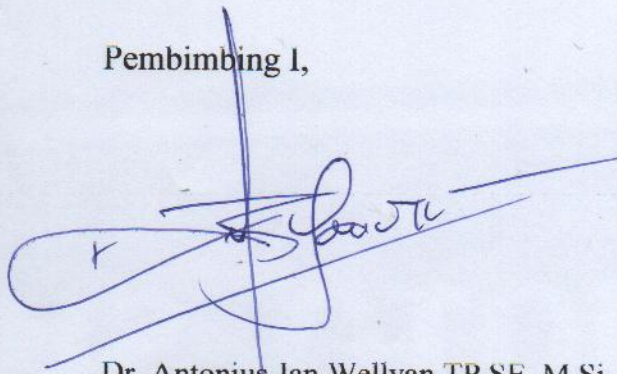
**PENGARUH *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE PERCEPTION* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA
BAN SEPEDA MOTOR MEREK MAXXIS
DI SURABAYA**

OLEH:

LULU GABRIELA SANTOSO
3103016034

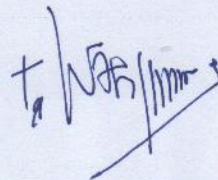
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Antonius Jan Wellyan TP, SE., M.Si.
NIDN: 0721017201
Tanggal: 8 Januari 2019

Pembimbing II,

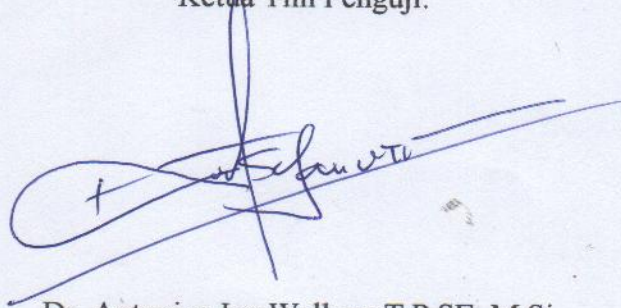


Dominicus Wahyu P, SE., MM
NIDN: 0707088604
Tanggal: 8 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Lulu Gabriela Santoso NRP: 3103016034
telah diuji pada tanggal 17 Januari 2020 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Antonius Jan Wellyan T.P, SE., M.Si.
NIDN: 0721017201

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA.
NIDN: 0713097203

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit H.L., SE. M.Sc.
NIDN: 0703087902

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lulu Gabriela Santoso

NRP : 3103016034

Judul Skripsi : Pengaruh *Product Quality* dan *Price Perception* terhadap
Customer Loyalty melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor
merek Maxxis di Surabaya

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti
bahwa karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang
akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini diaplikasikan di internet
atau media lain (digital library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya)
untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya
buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Januari 2019

Yang menyatakan



Lulu Gabriela Santoso

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena oleh berkat dan karunia serta penyertaan yang telah dilimpahkan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Quality* dan *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek Maxxis di Surabaya” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program studi S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Skripsi ini juga dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan serta dukungan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., CPA. Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Antonius Jan Wellyan TP, SE., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan arahan dan saran dengan sabar sejak awal pembuatan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Dominicus Wahyu P, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan arahan dan saran dengan sabar sejak awal pembuatan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa studi.
6. Keluarga yang telah memberi dukungan dan semangat baik dalam doa, material, dan sebagainya selama proses penyelesaian penulisan tugas akhir ini.
7. Teman-teman yang selalu *support* selama masa bimbingan skripsi serta yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini Aaron, Meify, Daniel Kevin, Sandy, Hendro, Elicia, Ivander dan masih banyak lagi.

8. Tim asdos pelatihan alat statistik yang memberikan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Keluarga besar organisasi Lembaga Pers Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
10. Para responden yang telah bersedia mengisi kuisisioner pada penelitian ini.
11. Kepada pihak-pihak berkepentingan yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari hasil yang sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan penulis. Oleh karena itu, penulis berharap memperoleh kritik serta saran yang membangun. Agar kekurangan di penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penyempurnaan pada penelitian selanjutnya. Mohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dalam membantu pengembangan ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Surabaya, 08 Januari 2019

Lulu Gabriela Santoso

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i>	11
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	12
2.1.3 <i>Product Quality</i>	13
2.1.4 <i>Price Perception</i>	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	16
2.3.1 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	16
2.3.2 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	17
2.3.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	17
2.3.4 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	18
2.3.5 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .	18
2.3.6 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.3.7 Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.4 Kerangka Penelitian.....	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel.....	22
3.2.1 Identifikasi Variabel.....	22

3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	22
3.2.3	Pengukuran Variabel.....	25
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	26
3.6	Teknik Analisis Data.....	27
3.6.1	Uji Normalitas.....	28
3.6.2	Uji Validitas.....	28
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	28
3.6.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	29
3.6.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	29
3.6.6	Uji Hipotesis.....	30

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2	Deskripsi Data.....	31
4.2.1	Karakteristik Responden.....	31
4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	35
4.3	Hasil Analisis Data.....	38
4.3.1	Uji Normalitas.....	38
4.3.2	Uji Validitas.....	40
4.3.3	Uji Reliabilitas.....	41
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	44
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural.....	45
4.3.6	Uji Hipotesis.....	46
4.4	Pembahasan.....	47
4.4.1	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	47
4.4.2	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	48
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	49
4.4.4	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	49
4.4.5	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	50
4.4.6	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	51
4.4.7	Pengaruh <i>Price Perception</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i>	51

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	53
5.2	Keterbatasan.....	54
5.3	Saran.....	55
5.3.1	Saran Akademis.....	55
5.3.2	Saran Praktis.....	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Peneliti Terdahulu dan Peneliti Saat ini.....	16
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	29
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Mengetahui Produk Ban Sepeda Motor Maxxis.....	31
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Pernah Menggunakan Produk Ban Sepeda Motor Maxxis.....	32
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Membeli Produk Ban Sepeda Motor Maxxis Lebih Dari 2 Kali Dalam 3 Tahun Terakhir	32
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili.....	33
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.7 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.8 Interval Rata-Rata Skor	35
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	35
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price Perception</i>	36
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	37
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
Tabel 4.13 Tabel <i>Univariate Normality</i>	39
Tabel 4.14 Tabel <i>Multivariate Normality</i>	40
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability PQ</i>	41
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability PP</i>	42
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CS</i>	43
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CL</i>	43
Tabel 4.20 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	44
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Sepeda Motor di Provinsi Indonesia	2
Gambar 1.2 Rincian Jumlah Pengguna Kendaraan per Provinsi Tahun 2018.....	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Fruekensi Karakteristik Responden dan Pesyaratan Responden
- Lampiran 3a. Data Jawaban Kuesioner Variabel *Product Quality*
- Lampiran 3b. Data Jawaban Kuesioner Variabel *Price Perception*
- Lampiran 3c. Data Jawaban Kuesioner Variabel *Customer Satisfaction*
- Lampiran 3d. Data Jawaban Kuesioner Variabel *Customer Loyalty*
- Lampiran 4. Uji Normalitas
- Lampiran 5. Output SEM
- Lampiran 6a. Path Diagram *Estimates*
- Lampiran 6b. Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 6c. Path Diagram *T-values*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Product Quality* dan *Price Perception* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* pada ban sepeda motor merek Maxxis di Surabaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna ban sepeda motor merek Maxxis di Surabaya, sedangkan sampel diambil sebanyak 150 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan program LISREL.

Hasil dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: *Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Price Perception* berpengaruh positif terhadap *Customer Satisfaction*, *Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Price Perception* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty*, *Product Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*, dan *Price Perception* berpengaruh positif terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of Product Quality and Price Perception to Customer Loyalty through Customer Satisfaction on Maxxis brand motorcycle tires in Surabaya.

This research is causal research. The sampling technique uses non probability sampling by purposive sampling. Respondents in this study were all Maxxis brand motorcycle tires users in Surabaya, while samples were taken as many as 150 respondents. Data in this study were collected by distributing questionnaires. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) using the LISREL program.

The results in this study can be concluded that: Product Quality have positive influence on Customer Satisfaction, Price Perception have positive influence on Customer Satisfaction, Product Quality have positive influence on Customer Loyalty, Price Perception have positive influence on Customer Loyalty, Customer Satisfaction have positive influence on Customer Loyalty, Product Quality have positive influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, and Price Perception have positive influence on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Price Perception, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*