

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SERTA DAMPAKNYA
PADA LOYALITAS KONSUMEN OVO (SURVEI PADA
KONSUMEN OVO DI JAKARTA)**

**CINTYA CHRISTINA
8215155324**



**Skripsi Ini Disusun sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF PRICE AND SERVICE QUALITY ON
CONSUMER SATISFACTION AND ITS IMPACT ON LOYALTY
OF OVO CONSUMERS (SURVEY OF OVO CONSUMERS IN
JAKARTA)***

**CINTYA CHRISTINA
8215155324**



***Thesis is Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of
Bachelor of Economics***

***STUDY PROGRAM S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Cintya Christina, 2019; *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen OVO (Survei pada Konsumen OVO di Jakarta)*. Skripsi, Jakarta: Konsentrasi Manajemen Pemasaran, Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing : Dr. Mohamad Rizan, SE., MM & Ika Febrilia, SE., MM

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Mengetahui adanya pengaruh positif harga terhadap kepuasan konsumen OVO di Jakarta. 2) Mengetahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen OVO di Jakarta. 3) Mengetahui adanya pengaruh positif kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta. 4) Mengetahui adanya pengaruh positif harga terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta. 5) Mengetahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta.. Analisis yang dilakukan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan *explanatory*. Penelitian dilakukan dengan terhadap 200 konsumen OVO, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 22 dan Lisrel 8.7. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Harga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen OVO di Jakarta. 2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen OVO di Jakarta. 3) Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta. 4) Harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta. 5) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen OVO di Jakarta. Keempat variabel tersebut memiliki hubungan positif yang menandakan adanya perbaikan dari satu variabel lainnya menjadi lebih baik pula.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Cintya Christina, 2019; The Influence of Price and Service Quality On Consumers Satisfaction and Its Impact On Loyalty of OVO Consumers (Survey of OVO Consumers in Jakarta). Thesis, Jakarta: Management Concentration Marketing, Management Studies Program, Management Department, Faculty of Economics, Jakarta State University.

The purpose of this research are: 1) To know the positive influence of price toward OVO consumer satisfaction in Jakarta. 2) To know the positive influence of quality service toward OVO consumer satisfaction in Jakarta. 3) To know the positive influence of consumer satisfaction toward OVO consumer loyalty in Jakarta. 4) To know the positive influence of price toward OVO consumer loyalty in Jakarta. 5) To know the positive influence of quality service toward OVO consumer loyalty in Jakarta. The analysis done in this research is descriptive and explanatory analysis. The research was conducted with 200 consumers of OVO, while data collection technique was done by distributing questionnaires, which then processed using SPSS 22 and Lisrel 8.7. The result of analysis showed that: 1) Price has the positive influence toward OVO consumer satisfaction in Jakarta. 2) Quality service has the positive influence toward OVO consumer satisfaction in Jakarta. 3) Consumer satisfaction has the positive influence toward OVO consumer loyalty in Jakarta. 4) Price has the positive influence toward OVO consumer loyalty in Jakarta. 5) Quality service has the positive influence toward OVO consumer loyalty in Jakarta. All four variables have a positive relationship indicating the improvement of one other variable to be better too.






Keyword: Price, Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty

LEMBAR PENGESAHAN

**Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi**



Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus
NIP: 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dr. Suherman, S.E., M.Si</u> NIP. 19731116 200604 1 001	Ketua		26 Agustus 2019
2. <u>Shandy Aditya, BIB., MPBS</u> NIP. 19840408 201903 1 003	Sekretaris		23 Agustus 2019
3. <u>Agung Kresnamurti Rivai P, S.T., M.M</u> NIP. 19740416 200604 1 001	Penguji Ahli		26 Agustus 2019
4. <u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M</u> NIP. 19720627 200604 1 001	Pembimbing I		26 Agustus 2019
5. <u>Ika Febrilia, S.E., M.M</u> NIP.19870209 201504 2 001	Pembimbing II		23 Agustus 2019
Tanggal Lulus: 20 Agustus 2019			

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Agustus 2019,
Yang membuat pernyataan



Cintya Christina

No.Reg. 8215155324

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen OVO (Survei Pada Konsumen OVO di Jakarta)”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di bidang pemasaran pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa cukup banyak menghadapi kendala, hambatan serta kesulitan, namun berkat doa, usaha, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang terlibat maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa penghormatan dan ucapan syukur dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu dengan memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu dengan memberikan bimbingan dan masukan selama proses penyusunan skripsi ini.

3. Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta..
4. Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta atas ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama ini.
6. Orangtua penulis, Bapak J, Simorangkir dan Ibu N. Tobing, kakak dan adik penulis Nelly, Amita dan Thanty serta Ridic Tambunan yang telah memberikan doa, semangat, serta materi selama penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman yang senantiasa memberi dukungan dan doa kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap kedepannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Juni 2019

Peneliti

Cintya Christina

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIK	9
2.1 Deskripsi Konseptual	9
2.1.1 Loyalitas Konsumen	9
2.1.2 Harga	13
2.1.3 Kualitas Pelayanan	19
2.1.4 Kepuasan Konsumen	26
2.2 Hasil Penelitian Relevan	35
2.3 Kerangka Pemikiran	43
2.4 Model Penelitian	44
2.5 Hipotesis Penelitian	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel	46
3.3.1 Populasi	46

3.3.2 Sampel	46
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	48
3.5 Skala Pengukuran.....	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Teknik Analisis Data	53
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	53
3.7.2 Uji Validitas	54
3.7.3 Uji Realibilitas.....	56
3.7.4 Uji Hipotesis.....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskriptif Unit Analisis.....	62
4.2 Analisis Deskriptif	64
4.3 Teknik Analisis Data.....	68
4.3.1 Uji Instrumen	68
4.4 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	74
4.5 <i>Full Model SEM</i>	82
4.6 <i>Fit Model SEM</i>	83
4.7 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	86
4.8 Uji Hipotesis	87
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Implikasi.....	93
5.3 Saran.....	94
5.3.1 Saran untuk peneliti selanjutnya	94
5.3.2 Saran untuk OVO	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101
RIWAYAT HIDUP	189

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Matriks Penelitian Terdahulu	42
Tabel III.1 Variabel Operasional	48
Tabel III.2 Skala <i>Likert</i>	52
Tabel III.3 Kategori Skor Jawaban	54
Tabel III.4 <i>Goodness of Fit Indices</i>	60
Tabel IV.1 <i>Crosstab</i> Jenis Kelamin dan Usia	62
Tabel IV.2 <i>Crosstab</i> Pekerjaan dan Domisili.....	63
Tabel IV.3 Frekuensi Menggunakan OVO	63
Tabel IV.4 Nilai Analisis Deskriptif Harga	64
Tabel IV.5 Nilai Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan	65
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	66
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	67
Tabel IV.8 Uji Validitas Harga dengan KMO	68
Tabel IV.9 <i>Pattern Matrices</i> Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel IV.10 Uji Validitas Kepuasan Konsumen dengan KMO	70
Tabel IV.11 <i>Pattern Matrices</i> Variabel Kualitas Pelayanan	70
Tabel IV.12 Uji Validitas Kepuasan Konsumen OVO dengan KMO	71
Tabel IV.13 <i>Pattern Matrices</i> Variabel Loyalitas Konsumen	71
Tabel IV.14 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga.....	72
Tabel IV.15 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	72
Tabel IV.16 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen	73
Tabel IV.17 Hasil Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Konsumen	73
Tabel IV.18 <i>First Order</i> Harga	75
Tabel IV.19 <i>First Order</i> Kualitas Pelayanan	77

Tabel IV.20 <i>First Order</i> Kepuasan Konsumen	79
Tabel IV.21 <i>First Order</i> Loyalitas Konsumen	80
Tabel IV.22 <i>Full Model</i> SEM	82
Tabel IV.23 <i>Fit Model</i> SEM	83
Tabel IV.24 Indikator <i>Fit Model</i>	85
Tabel IV.25 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	86
Tabel IV.26 Model Persamaan Struktural.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	<i>Mobile Payment User Base`</i>	1
Gambar II.1	Lima Kesenjangan Kualitas Jasa.....	21
Gambar II.2	<i>Customer Perceptions of Quality and Customer Satisfaction</i>	28
Gambar II.3	Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar III.1	Model Lisrel yang akan dikembangkan	61
Gambar IV.1	Model First Order Harga	74
Gambar IV.2	Model First Order Kualitas Pelayanan	76
Gambar IV.3	Model First Order Kepuasan Konsumen.....	78
Gambar IV.4	Model First Order Loyalitas Konsumen.....	80
Gambar IV.5	Full Model SEM.....	82
Gambar IV.6	Fit Model SEM.....	83
Gambar IV.7	Uji Hipotesis.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Data Penelitian.....	106
Lampiran 3 Deskripsi Data	130
Lampiran 4 Uji Validitas dan Realibilitas.....	133
Lampiran 5 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	139
Lampiran 6 Uji Hipotesis	160