

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING (PADA KONSUMEN WAROENG SS DI YOGYAKARTA)**

***THE EFFECT OF SERVICE, PRICE, AND TRUST QUALITY ON CONSUMER LOYALTY  
WITH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES (ON CONSUMERS WAROENG  
SS IN YOGYAKARTA)***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Oleh:**

**MOHAMAD CHAERRUDIN**

**20130410440**

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

**2017**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Mohamad Chaerrudin

Nomor Mahasiswa : 20130410440

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (PADA KONSUMEN WAROENG SS DI YOGYAKARTA)**” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi ini atau perguruan tinggi lain dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang memang secara tertulis menjadi acuan dalam penelitian ini dan hal itu disebutkan dalam daftar pustaka. Namun apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 4 Desember 2017.

Penulis



Mohamad Chaerrudin  
NIM. 20130410440

## MOTTO

Kata paling indah di bibir umat manusia adalah kata “ibu” dan panggilan paling indah adalah “ibuku”, ini adalah kata penuh harapan dan cinta, kata manis dan baik yang keluar dari dalam hati.

(Khairil Gibran).

“Kesabaran bermahkotakan keimanan. Orang yang kehilangan kesabaran adalah tidak beriman.”

(Jalalu'ddin Rumi).

Tidak ada manusia yang mati karena kelaparan, yang ada hanya manusia mati dalam keadaan bodoh dan rasa malas.

Manusia selalu mencari hal yang besar, namun manusia lupa bahwa hidup adalah kumpulan hal-hal yang kecil.

Barang siapa yang di usia mudanya tidak bekerja keras, maka dia akan bekerja keras di usia tua.

Berilah maka kau akan menerima, berbuat baiklah maka kau akan menerima kebaikan. Namun berbeda dengan cinta yang dimana jika kau mencintai belum tentu kau dicintai.

## **PERSEMBAHAN**

### **KARYA KECIL INI KU PERSEMBAHKAN UNTUK KEDUA ORANG TUAKU**

Buat mama dan papa, terimakasih yang begitu besar atas setiap doa dalam sujudmu, dukungan, nasihat, kepercayaan, cinta, dan kasih sayang kepada anakmu ini. Terimakasih sudah menjadi teman tempat berkeluh kesah ternyaman didunia ini.

### **ADIKKU**

Winda, satria, rivan terimakasih sudah selalu memberi semangat buat kakak mu ini di saat mengerjakan skripsi.

### **SAHABAT–SAHABAT TERBAIKKU**

Terimakasih buat para teman-temanku yang sudah mendukungku sampai sekarang. Terimakasih juga untuk Yahya Basri, Anwar Sanusi, Destia Dwi Putri Nurika Tyasning Utami, Cahya Musma Ningrum, Ganda Rudy, Ibrahim Aji Kurniawan, Siwi Ken Paransih, Ulvi Anindya Putri, Aisya Widiyanti, Anisya Firda Dwirianti, keluarga besar KKN 096 2013 UMY dan keluarga besar Manajemen 2013 UMY, kalian adalah orang–orang hebat yang aku temui di kota yang istimewa Yogyakarta

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis tetap diberi kekuatan iman dan islam dengan izin-Nya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening* (Pada Konsumen Waroeng SS di Yogyakarta)**”

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa ridho Allah SWT, kerja keras serta bantuan dari banyak pihak, skripsi ini tidak akan pernah terselamatkan. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk penulis terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Retno Widowati Purnama Asri, M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Asnawi Asdinardju, H. Drs., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya dalam melalui proses yang panjang dan tak mudah ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Teman-teman Manajemen 2013

Semoga segala jenis bantuan dan dukungan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu tentunya penulis menerima berbagai kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan-perbaikan kedepannya demi hasil yang lebih baik lagi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 4 Desember 2017.  
Penulis



Mohamad Chaerrudin  
NIM. 20130410440

## . DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	v
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>INTISARI</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
1. Manfaat Teoritis .....	8
2. Manfaat Praktis .....	8

<b>BAB II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	10
A.	Landasan Teori	10
1.	Loyalitas	10
2.	Kepuasan	11
3.	Kepercayaan Konsumen	12
4.	Harga	13
5.	Kualitas pelayanan	14
B.	Penelitian Terdahulu	16
C.	Pengembangan Hipotesis	18
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	18
2.	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen	19
3.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	20
4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	21
5.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	22
6.	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen	23
7.	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen	24
8.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel <i>Intervening</i>	25



9.	Pengaruh Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	26
10.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel <i>Intervening</i> .....	26
D.	Model Penelitian .....	27
<b>BAB III</b>	<b>Metode Penelitian</b> .....	<b>28</b>
A.	Obyek dan Subyek Penelitian .....	28
B.	Jenis data .....	28
C.	Teknik Pengambilan Sampel .....	28
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
F.	Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	35
1.	Uji Validitas.....	35
2.	Uji Reabilitas .....	36
G.	Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	36
1.	Analisis data .....	36
a.	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	36
b.	Metode Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	37
c.	Uji <i>Sobel</i> .....	38
2.	Pengujian Hipotesis .....	39

<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
A.    Gambaran Umum Obyek atau Subyek Penelitian.....	41
1.    Obyek Penelitian .....	41
2.    Subyek Penelitian .....	41
B.    Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	46
1.    Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
a.    Uji Validitas .....	46
b.    Uji Reliabilitas .....	48
C.    Uji Hipotesis .....	50
1.    Hasil Uji t Pengaruh Langsung.....	50
a.    Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan .....	50
b.    Pengaruh Harga terhadap Kepuasan .....	50
c.    Pengaruh kepercayaan terhadap Kepuasan .....	51
d.    Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas .....	52
e.    Pengaruh Harga terhadap Loyalitas .....	53
f.    Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas .....	53
g.    Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas .....	54
2.    Uji Sobel / <i>Sobel Test</i> (Pengujian Hipotesis 8, 9, dan 10).....	55
a.    Uji Hipotesis Kedelapan .....	55
b.    Uji Hipotesis Kesembilan .....	56

c.	Uji Hipotesis Kesepuluh .....	58
D.	Pembahasan.....	59
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>74</b>
A.	Kesimpulan .....	74
B.	Saran.....	77
1.	Bagi Waroeng SS .....	77
2.	Bagi Akademik.....	77
3.	Bagi Penelitian Selanjutnya.....	77
C.	Keterbatasan Penelitian.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

1. 1	Pertumbuhan Restoran dan Rumah Makan di Yogyakarta.....	5
2. 1	Penelitian Terdahulu .....	16
3. 1	Definisi Operasional .....	31
4. 1	Persentase Umur Konsumen.....	42
4. 2	Persentase Pendapatan Konsumen.....	43
4. 3	Persentase Jumlah Pembelian yang Dilakukan Konsumen .....	44
4. 4	Persentase Darimana Konsumen Mengenal Waroeng SS .....	45
4. 5	Persentase Pertimbangan Konsumen Memilih Waroeng SS .....	46
4. 6	Hasil Uji Validitas .....	47
4. 7	Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4. 8	Hasil Uji t Hipotesisi Pertama .....	50
4. 9	Hasil Uji t Hipotesisi Kedua.....	51
4. 10	Hasil Uji t Hipotesisi Ketiga.....	51
4. 11	Hasil Uji t Hipotesisi Keempat.....	52
4. 12	Hasil Uji t Hipotesisi Kelima.....	53
4. 13	Hasil Uji t Hipotesisi Keenam .....	53
4. 14	Hasil Uji t Hipotesisi Ketujuh.....	54

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Penelitian.....	27
-----	-----------------------	----