

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada pelanggan konfeksi Pandawa di Purwokerto)**



SKRIPSI

TRI HANDIKA

1502010102

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada pelanggan konfeksi Pandawa di Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

TRI HANDIKA

1502010102

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi pada pelanggan konfeksi Pandawa di Purwokerto)



Disusun Oleh :

TRI HANDIKA

1502010102

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi

Yang bertandatangan dibawah ini

Pembimbing

M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si
NIK. 2160159




HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh;

Nama : Tri Handika
NIM : 1502010102
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Ketepatan Waktu terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada pelanggan konfeksi Pandawa di Purwokerto)**

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.


DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si ()
Anggota 1 : Hj. Herni Justiana, SE, M.Si, Ph.D ()
Anggota 2 : Purnadi, SE, M.Si ()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 24 Januari 2019

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis




Akhmad Darmawan, SE, M.Si.
NIK. 2160148

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tri Handika
NIM : 1502010102
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak kemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 26 Januari 2019

Yang membuat pernyataan



Tri Handika

MOTTO

Jangan tanyakan apa yang orang lain sudah berikan kepada kita, tapi tanyakan apa yang sudah kita berikan untuk orang lain.



PERSEMBAHAN

Allhamduliillah Hirobil' alamin
Sebuah perjalanan Panjang telah usai
Satu cita telah ku gapai
Namun.....
Itu bukan akhir perjalanan
Melainkan awal perjalanan dalam suatu perjuangan
Ku persembahkan karya kecil ini untuk kedua orang
tuaku, kepada orang terdekatku dan semua kawan-
kawanku

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhaammdiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepala:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
2. Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya;
3. M. Agung Miftahuddin, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
4. Hj. Herni Justiana, SE, M.Si, Ph.D, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;
5. Purnadi, SE, M.Si, yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen;

6. Bapak, Ibu dosen dan seluruh staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan tenaga dan segala bantuan serta fasilitas yang diberikan
7. Khaerun Umam dan Suwarni selaku orang tua saya serta keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan material, moral dan kesabarannya selama ini yang sangat luar biasa dan untuk segala do'a yang telah dipanjatkan;
8. Teruntuk Fatimah Zahra Sabatini, terimakasih yang selalu memotivasi dan membantu dalam menyusun skripsi;
9. Kawan-kawanku Rio Amar Priambudi, Ibnu Ngafan, Anjar Santoso, Hasan Ferdiansyah, Hekmatiar Herzegovina, Nurwanda Elza, Evan Zikria M, Amalia Kusuma, Gilang Hendra, Wahyu Setio, Husni Isnandar, Rillo Pambudi, Abas, Candra Prabowo, Safril Tri, Fendi Puja Kusuma, Hardika Nugroho terimakasih atas segala do'a, dukungan, semangat, motivasi, nasihat, bantuan, dan waktu yang telah diberikan.
10. Pengurus UKM Olahraga Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan pengalaman luar biasa berjuang dalam berorganisasi.
11. Seluruh teman-teman Manajemen B 2015, terimakasih untuk untuk kebersamaan selama 3,5 tahun ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya harap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 24 Januari 2019

Peneliti

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Handika
NIM : 1502010102
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN
KETEPATAN WAKTU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada pelanggan konfeksi Pandawa di Purwokerto)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalihmedia/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 26 Januari 2019
Yang menyatakan,



Tri Handika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Kualitas Produk	13
2. Persepsi Harga	15
3. Ketepatan Waktu	17
4. Kepuasan Pelanggan	18
5. Loyalitas Pelanggan	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pikir	29
1. Hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan Pandawa di Purwokerto.	29
2. Hubungan persepsi harga dengan kepuasan pelanggan Pandawa di Purwokerto	30
3. Hubungan ketepatan waktu dengan kepuasan pelanggan produk Pandawa di Purwokerto	30
4. Hubungan kualitas produk dengan Loyalitas pelanggan Pandawa di Purwokerto.	31

5. Hubungan persepsi harga dengan Loyalitas pelanggan Pandawa di Purwokerto.....	31
6. Hubungan ketepatan waktu dengan Loyalitas pelanggan Pandawa di Purwokerto.	32
7. Hubungan kepuasan pelanggan dengan Loyalitas pelanggan Pandawa di Purwokerto.	32
8. Hubungan kualitas produk dengan Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Pandawa di Purwokerto.	32
9. Hubungan persepsi harga dengan Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Pandawa di Purwokerto.	33
10. Hubungan ketepatan waktu dengan Loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Pandawa di Purwokerto.	33
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis dan Sumber Data Penelitian	37
B. Populasi dan Sampel	38
C. Metode Pengumpulan Data	39
D. Variabel Penelitian	40
E. Definisi Operasional	41
F. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Konfeksi Pandawa Purwokerto	55
B. Pengumpulan Data	56
C. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	59
D. Uji Instrumen Peneliti	65
E. Uji Asumsi Klasik	68
F. Metode Analisis Data	73
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Keterbatasan Penelitian	98
C. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Respose Rate	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden	57
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga	60
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Ketepatan Waktu	61
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	62
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.8	Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.9	Uji Normalitas Variabel Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Kepuasan Pelanggan	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Pengujian Glejser Variabel Kepuasan Pelanggan	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Pengujian Glejser Variabel	72
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Kepuasan Pelanggan	73
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 4.16	Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R ²) Variabel Kepuasan Pelanggan	77
Tabel 4.17	Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R ²) Variabel Loyalitas Pelanggan	77
Tabel 4.19	Hasil Uji F	86
Tabel 4.20	Hasil Uji F	87
Tabel 4.16	Hasil Uji Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir	34
Gambar 3.1 Uji F	48
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis	53
Gambar 4.1 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Pertama	79
Gambar 4.2 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kedua	79
Gambar 4.3 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga	80
Gambar 4.4 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Keempat	81
Gambar 4.5 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	81
Gambar 4.6 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kelima	82
Gambar 4.7 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Ketujuh	83
Gambar 4.8 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Kesebelas	87
Gambar 4.9 Kurva Hasil Pengujian Hipotesis Keduabelas	88



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	105
Lampiran 2. Response Rate.....	113
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	114
Lampiran 4. Tabel jawaban kuesioner.....	122
Lampiran 5. Hasil Statistic deskriptif karakteristik responden	137
Lampiran 6. Hasil statistic deskriptif kuesioner.....	139
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel	149
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	155
Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinearitas	156
Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	157
Lampiran 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	158
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	159
Lampiran 13. T_{tabel}	163
Lampiran 14. Uji F.....	165
Lampiran 15. Hasil Uji Sobel test.....	168

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI PADA PELANGGAN KONFEKSI PANDAWA PURWOKERTO)**

Tri Handika¹,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

handika137@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto

amif_ump@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen konfeksi Pandawa Purwokerto. Sampel penelitian ini sebesar 100 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Pengujian instrumen dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik serta pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, koefisien determinasi, uji F, uji t dan uji sobel. Berdasarkan hasil analisis mengungkapkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan ketepatan waktu secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada hasil uji sobel menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak dapat memoderasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan dapat memoderasi persepsi harga dan ketepatan waktu terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan kualitas produk, persepsi harga dan ketepatan waktu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Kata kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Ketepatan Waktu, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan,.

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

**THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND
TIMELY ACCURACY OF CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLES
(Study of Pandawa Purwokerto configuration customers)**

Tri Handika¹,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : Handika137@gmail.com

Muchammad Agung Miftahuddin²,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail : amif_ump@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of product quality, price perception and timeliness on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The population in this study was consumers of Pandawa Purwokerto confection. The sample of this study amounted to 100 respondents taken using purposive sampling technique, namely the method of determining the sample based on certain criteria. Instrument testing is done by validity test, reliability test and classic assumption test and hypothesis testing using multiple regression analysis, coefficient of determination, F test, t test and sobel test. Based on the results of the analysis revealed that product quality, price perception, and timeliness partially have a significant positive effect on customer satisfaction and customer loyalty. While customer satisfaction has no significant negative effect on customer loyalty. The sobel test results show that customer satisfaction cannot moderate product quality against customer loyalty, customer satisfaction can moderate price perceptions and timeliness of customer loyalty. Simultaneously product quality, price perception and timeliness have a significant positive effect on customer satisfaction and customer loyalty

Keywords: Product quality, price perception, timeliness, customer satisfaction, customer loyalty.