



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PENGGUNA LRT JABODEBEK)**

SKRIPSI

SYAGHAF DHAFIN KEWO 2110111150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PENGGUNA LRT JABODEBEK)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SYAGHAF DHAFIN KEWO 2110111150

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Syaghaf Dhafin Kewo

Nim : 2110111150

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 4 Oktober 2024

Yang menyatakan,



Syaghaf Dhafin Kewo

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syaghaf Dhafin Kewo
NIM : 2110111150
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Dimediasi
Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna LRT Jabodebek)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 29 November 2024

Yang menyatakan,



(Syaghaf Dhafin Kewo)

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA PENGGUNA LRT JABODEBEK)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

SYAGHAF DHAFIN KEWO 2110111150

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 11 Desember 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



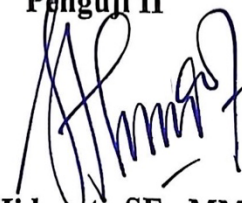
Diana Triwardhani, SE., MM., Ph.D.
Ketua Penguji



Drs. Nobelson, MM.
Penguji I



Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA, CWM
Penguji II



Siti Hidayati, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 11 Desember 2024

***THE IMPACT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON
LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
(STUDY ON LRT JABODEBEK USERS)***

By Syaghaf Dhafin Kewo

Abstract

The population expansion of the Jakarta metropolitan area raises concerns about sustainable public transport. LRT Jabodebek, as a new urban rail system, plays a key role in driving business growth, especially in real estate through transit-oriented development (TOD), boosting property values, and contributing to urban economic development. However, those systems have some issues with service quality and its pricing, which are important for its sustainability. This research examines the impact of service quality and price on the satisfaction and loyalty of LRT Jabodebek passengers. Data collected from 120 respondents in Jakarta, Bekasi, and Depok were examined using PLS-SEM with SmartPLS 4.1. The results show that both service quality (H_1 accepted, $p = 0.000$) and price (H_2 accepted, $p = 0.000$) positively impact customer satisfaction, with price having a more significant effect. Service quality (H_3 accepted, $p = 0.029$), price (H_4 accepted, $p = 0.002$), and customer satisfaction (H_5 accepted, $p = 0.013$) also directly impact loyalty. Mediation analyses demonstrate that customer satisfaction can mediate the service quality and price to impact loyalty with complementary mediation (H_6 and H_7 supported, $p < 0.05$, $v^2 > 0.01$). These findings suggest that a combination of competitive pricing strategies and service quality improvements can increase customer satisfaction and loyalty. To ensure the sustainability of LRT Jabodebek, improving service quality and pricing strategies is essential.

Keywords: *Service Quality, Price, Customer Satisfaction, Loyalty, LRT Jabodebek*

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS DIMEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI PADA PENGGUNA LRT JABODEBEK)**

Oleh Syaghaf Dhafin Kewo

Abstrak

Peningkatan populasi di wilayah Jakarta dan sekitarnya menimbulkan perhatian atas kebutuhan transportasi publik yang berkelanjutan. Sebagai moda transportasi publik baru, LRT Jabodebek memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan bisnis, terutama dalam bidang *real estate* melalui pembangunan berorientasi transit (TOD), meningkatkan harga properti di sekitar, serta kontribusi dalam pembangunan ekonomi perkotaan. Namun, LRT Jabodebek menghadapi berbagai isu terkait kualitas layanan dan penetapan harga yang krusial bagi keberlangsungannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah kualitas layanan, harga dan kepuasan sebagai mediasi dapat memberikan pengaruh terhadap loyalitas pengguna LRT Jabodebek. Data yang dikumpulkan sebanyak 120 responden di Jakarta, Kota Bekasi, dan Kota Depok dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui *SmartPLS* 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (H_1 diterima, $p = 0.000$) dan harga (H_2 diterima, $p = 0.000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan harga yang memiliki pengaruh lebih besar. Kualitas layanan (H_3 diterima, $p = 0.029$), harga (H_4 diterima, $p = 0.002$), dan kepuasan pelanggan (H_5 diterima, $p = 0.013$) juga berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas. Analisis mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas layanan dan harga untuk memengaruhi loyalitas dengan jenis mediasi parsial *complementary* (H_6 dan H_7 diterima, $p < 0.05$, $v^2 > 0.01$). Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi peningkatan kualitas layanan disertai strategi penetapan harga yang kompetitif dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna LRT Jabodebek. Untuk memastikan keberlanjutan operasional LRT Jabodebek, sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas, LRT Jabodebek.*



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2024/2025**

Hari ini Rabu , tanggal 11 Desember 2024, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Syaghaf Dhafin Kewo**

No.Pokok Mahasiswa : **2110111150**

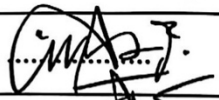

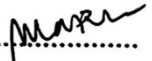
Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna LRT Jabodebek)

Dinyatakan yang bersangkutan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)**

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---|----------------|---|
| 1 | Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D | Ketua | 1.  |
| 2 | Drs. Nobelson, MM | Anggota I | 2.  |
| 3 | Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM | Anggota II **) | 3.  |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 11 Desember 2024

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1


Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nyasehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pengguna LRT Jabodebek Cibubur *Line*”**.

Skripsi ini dibuat sebagai syarat mencapai gelar sarjana pada Program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan kepada penulis. Pihak tersebut di antaranya:

1. Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan izin untuk penulisan penelitian.
2. Dr. Yudi Nur Supriadi, S.Sos.I, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dalam penyusunan penelitian.
3. Siti Hidayati, SE., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Program Sarjana yang telah memberikan arahan dan dukungan.
4. Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, nasihat, serta masukan yang bermanfaat kepada penulis selama menyusun penelitian.
5. Ibu, adik, dan keluarga besar yang memberikan semangat serta dukungan kepada penulis.
6. Sahabat dan teman terdekat penulis yang telah menjadi pendengar dan pendorong semangat penulis.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun guna menjadikan penelitian ini lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 11 Desember 2024

Syaghaf Dhafin Kewo

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4. Manfaat Hasil Penelitian | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |
| 2.1.1. Pemasaran Jasa | 9 |
| 2.1.2. Perilaku Konsumen | 9 |
| 2.1.3. Loyalitas | 10 |
| 2.1.4. Kepuasan Pelanggan | 12 |
| 2.1.5. Kualitas Layanan..... | 14 |
| 2.1.6. Harga | 15 |
| 2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya..... | 16 |
| 2.3. Model Penelitian | 26 |

| | |
|---|----|
| 2.3.1. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan | 27 |
| 2.3.2. Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 27 |
| 2.3.3. Kualitas Layanan terhadap Loyalitas | 28 |
| 2.3.4. Harga terhadap Loyalitas | 28 |
| 2.3.5. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas..... | 29 |
| 2.3.6. Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Kualitas Layanan..... | 29 |
| 2.3.7. Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Harga | 29 |
| 2.4. Hipotesis..... | 30 |

BAB III METODE PENELITIAN 31

| | |
|--|----|
| 3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 31 |
| 3.2. Penentuan Populasi dan Sampel..... | 32 |
| 3.2.2. Populasi | 32 |
| 3.2.3. Sampel | 32 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.3.1. Jenis Data | 33 |
| 3.3.2. Sumber Data | 33 |
| 3.3.3. Pengumpulan Data | 34 |
| 3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis | 34 |
| 3.4.1. Analisis Data Deskriptif..... | 34 |
| 3.4.2. Teknik Analisis Data Inferensial..... | 35 |
| 3.5. Uji Hipotesis..... | 37 |
| 3.5.1. Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)..... | 37 |
| 3.5.2. Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>) | 38 |
| 3.6. Kerangka Model Penelitian..... | 40 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 41

| | |
|---|----|
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian..... | 41 |
| 4.2. Deskripsi Data Penelitian | 42 |
| 4.2.1. Deskripsi Data Responden | 42 |
| 4.2.2. Analisis Data Deskriptif..... | 50 |
| 4.3. Analisis Data Inferensial | 55 |
| 4.3.1. Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) | 55 |
| 4.3.2. Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural) | 63 |

| | | |
|-----------------------------------|--|------------|
| 4.4. | Uji Hipotesis dan Analisis..... | 70 |
| 4.4.1. | Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)..... | 70 |
| 4.4.2. | Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>) | 72 |
| 4.5. | Pembahasan..... | 76 |
| 4.5.1. | Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 76 |
| 4.5.2. | Harga terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 78 |
| 4.5.3. | Kualitas Layanan terhadap Loyalitas | 81 |
| 4.5.4. | Harga terhadap Loyalitas | 83 |
| 4.5.5. | Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas..... | 85 |
| 4.5.6. | Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Kualitas Layanan..... | 87 |
| 4.5.7. | Peran Kepuasan Pelanggan dalam Memediasi Harga | 90 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 94 |
| 5.1. | Kesimpulan..... | 94 |
| 5.2. | Keterbatasan Penelitian | 96 |
| 5.3. | Saran..... | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 99 |
| RIWAYAT HIDUP..... | | 104 |
| LAMPIRAN..... | | 105 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Perbandingan Tarif LRT Jabodebek dengan Moda Lainnya | 5 |
| Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya..... | 24 |
| Tabel 3. Pengukuran Variabel..... | 32 |
| Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen | 34 |
| Tabel 5. Data Deskriptif Variabel Loyalitas | 50 |
| Tabel 6. Data Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan | 52 |
| Tabel 7. Data Deskriptif Variabel Kualitas Layanan..... | 53 |
| Tabel 8. Data Deskriptif Variabel Harga | 54 |
| Tabel 9. Nilai <i>Outer Loading</i> Indikator..... | 57 |
| Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas | 58 |
| Tabel 11. Nilai AVE..... | 59 |
| Tabel 12. Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)..... | 60 |
| Tabel 13. Hasil <i>Fornell Lacker Criterion</i> | 61 |
| Tabel 14. Hasil <i>Cross Loadings</i> | 61 |
| Tabel 15. Nilai <i>Inner-VIF</i> | 64 |
| Tabel 16. Hasil Uji R^2 | 64 |
| Tabel 17. Hasil Uji f^2 | 66 |
| Tabel 18. Nilai SRMR..... | 67 |
| Tabel 19. Nilai $Q^2_{predict}$ dari Prosedur $PLS_{predict}$ | 67 |
| Tabel 20. Perbandingan RMSE dan MAE dengan LM dan IA..... | 68 |
| Tabel 21. Hasil CVPAT Model PLS-SEM vs. IA..... | 69 |
| Tabel 22. Hasil CVPAT Model PLS-SEM vs. LM..... | 69 |
| Tabel 23. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)..... | 71 |
| Tabel 24. Menafsirkan Bukti Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi) | 72 |
| Tabel 25. Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>) | 73 |
| Tabel 26. Perhitungan <i>effect size</i> Mediasi (Upsilon v^2)..... | 73 |
| Tabel 27. Perhitungan Nilai <i>Variance Accounted For</i> (VAF) | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Statistik Pengguna Transportasi Publik di Jabodetabek 2021-2023..... | 2 |
| Gambar 2. Statistik Pengguna LRT Jabodebek di Awal Pengoperasian | 3 |
| Gambar 3. Statistik Pengguna LRT Jabodebek Januari – Juni 2024..... | 3 |
| Gambar 4. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer | 27 |
| Gambar 5. Prosedur Analisis Mediasi | 39 |
| Gambar 6. Model Jalur (<i>Path Model</i>) Penelitian | 40 |
| Gambar 6. Logo LRT Jabodebek | 41 |
| Gambar 7. Karakteristik Jenis Kelamin Responden | 42 |
| Gambar 8. Karakteristik Usia Responden..... | 43 |
| Gambar 9. Karakteristik Domisili Responden | 44 |
| Gambar 10. Karakteristik Status Pekerjaan Responden..... | 45 |
| Gambar 11. Karakteristik Pendapatan Responden..... | 46 |
| Gambar 12. Karakteristik Frekuensi Penggunaan Responden..... | 47 |
| Gambar 13. Karakteristik Stasiun Terdekat dari Tempat Tinggal Responden | 48 |
| Gambar 14. Karakteristik Stasiun Tujuan Utama Responden..... | 49 |
| Gambar 15. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 55 |
| Gambar 16. Estimasi Ulang Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 56 |
| Gambar 17. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 63 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Penelitian Terdahulu

Lampiran 2. Butir Pernyataan Kuesioner

Lampiran 3. Data Kuesioner 120 Responden

Lampiran 4. Deskripsi Data Responden

Lampiran 5. Hasil Indeks *Three Box Method*

Lampiran 6. *Path Model* SEM-PLS

Lampiran 6. *Output* Analisis Data *SmartPLS* 4.1.09.

Lampiran 7. Testimoni Atas Kualitas Layanan dan Harga LRT Jabodebek

Lampiran 8. Pemberitaan Masalah Layanan LRT Jabodebek