

TESIS

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN *SENSE*  
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
MATAPISAU *BARBERSHOP* YOGYAKARTA**



DWI BHAKTI NOVIYANTO



NPM. 205003300

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2022**




PENGESAHAN TESIS

Nama : DWI BHAKTI NOVIYANTO  
Nomor Mahasiswa : 205003300  
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN  
Judul : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI  
HARGA, DAN *SENSE* TERHADAP KEPUASAN DAN  
LOYALITAS PELANGGAN MATAPISAU  
*BARBERSHOP* YOGYAKARTA

Nama Penguji	Tanggal	Tanda Tangan
Prof. Dr. MF. Sheellyana Junaedi, S.E., M.Si.	..... Tanggal	..... Tanda Tangan 
Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc. IB, Ph.D.	..... Tanggal	..... Tanda Tangan
Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D.	..... Tanggal	..... Tanda Tangan 

Ketua Program Studi

  
.....  
Dr. Dra. Jeanne Ellyawaiti, M.M.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>I</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>V</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>VI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH .....	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN .....	5
<b>BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>6</b>
2.1 KUALITAS PELAYANAN ( <i>SERVICE QUALITY</i> ).....	6
2.1.1 <i>Reliabilitas (Reability)</i> .....	6
2.1.2 <i>Daya Tanggap (Responsiveness)</i> .....	7
2.1.3 <i>Jaminan (Assurance)</i> .....	7
2.1.4 <i>Empati (Empathy)</i> .....	7
2.1.5 <i>Bukti fisik (Tangibles)</i> .....	7
2.2 PERSEPSI HARGA .....	8
2.3 <i>SENSE</i> .....	8
2.4 KEPUASAN PELANGGAN ( <i>CONSUMER SATISFACTION</i> ).....	9
2.5 KEPERCAYAAN PELANGGAN ( <i>CONSUMER TRUST</i> ).....	10
2.6 LOYALITAS PELANGGAN ( <i>CONSUMER LOYALTY</i> ) .....	11
2.7 PENELITIAN TERDAHULU .....	14
2.8 PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	19
2.8.1 <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan</i> .....	19
2.8.2 <i>Pengaruh Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan</i> .....	19
2.8.3 <i>Pengaruh Variabel Sense dan Kepuasan Pelanggan</i> .....	20
2.8.4 <i>Pengaruh Kepercayaan dalam Memediasi Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan</i> .....	21
2.8.5 <i>Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan</i> .....	21
2.9 MODEL PENELITIAN .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 LINGKUP PENELITIAN .....	23
3.2 METODE <i>SAMPLING</i> DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	23
3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	24
3.4 METODE ANALISIS DATA .....	28
3.4.1 <i>Analisis Statistik Deskriptif Responden</i> .....	28
3.4.2 <i>Metode Analisis SEM-PLS</i> .....	29
3.5 UJI INSTRUMENT PENELITIAN .....	33
3.5.1 <i>Uji Validitas</i> .....	33
3.5.2 <i>Uji Reliabilitas</i> .....	33
3.5.3 <i>Uji HIPOTESIS</i> .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF RESPONDEN .....	35
4.1.1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i> .....	37
4.1.2 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i> .....	37

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir.....	38
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan atau Uang Saku per Bulan.....	39
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kedatangan dalam Waktu 1 Tahun Terakhir .....	40
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	41
4.2 UJI DESKRIPTIF VARIABEL .....	42
4.3 HASIL ANALISIS PARTIAL LEAST SQUARE (PLS) .....	42
4.3.1 Merancang Model pengukuran (Outer Model) .....	42
4.3.2 Merancang Model Struktural (Inner Model).....	46
4.4 PEMBAHASAN.....	55
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	55
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.4.3 Pengaruh Sense terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.4.4 Kepercayaan Memediasi Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	57
4.4.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
4.1 KESIMPULAN .....	59
4.2 IMPLIKASI MANAJERIAL .....	59
4.3 KETERBATASAN DAN SARAN PENELITIAN .....	62
<b>LAMPIRAN I.....</b>	<b>67</b>
<b>KUISIONER PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Penelitian Terdahulu .....	14
<b>Tabel 2.</b> Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	24
<b>Tabel 3.</b> Karakteristik Responden .....	34
<b>Tabel 4.</b> Hasil Uji Deskriptif Variabel .....	41
<b>Tabel 5.</b> Indikator Variabel Laten .....	42
<b>Tabel 6.</b> Nilai Loading <i>Factor</i> .....	46
<b>Tabel 7.</b> Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> .....	47
<b>Tabel 8.</b> Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> Setelah Drop 2 Indikator .....	48
<b>Tabel 9.</b> Nilai <i>Cross Loading</i> .....	48
<b>Tabel 10.</b> Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	50
<b>Tabel 11.</b> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	51
<b>Tabel 12.</b> Nilai <i>R-Squares</i> dan <i>Q-Squares</i> .....	52
<b>Tabel 13.</b> Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	52
<b>Tabel 14.</b> Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	52
<b>Tabel 15.</b> Analisis Hubungan Mediasi .....	53

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Model Konseptual Penelitian .....	22
<b>Gambar 2.</b> Model Mediasi.....	30
<b>Gambar 3.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
<b>Gambar 4.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Usia .....	37
<b>Gambar 5.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir ...	37
<b>Gambar 6.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
<b>Gambar 7.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan atau Uang Saku per Bulan .....	39
<b>Gambar 8.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Jumlah Kedatangan dalam Waktu 1 Tahun Terakhir .....	40
<b>Gambar 9.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Alasan berkunjung .....	40
<b>Gambar 10.</b> Model Diagram Jalur.....	45