

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DARI NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: SUSHI TEI BEACHWALK**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Tarisa Olivia Wie Rido**

**NPM: 19 03 25013**

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

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DARI NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: SUSHI TEI BEACHWALK**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Tarisa Olivia Wie Rido**

**NPM: 19 03 25013**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**12 Juni 2023**

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DARI NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: SUSHI TEI BEACHWALK**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Tarisa Olivia Wie Rido**

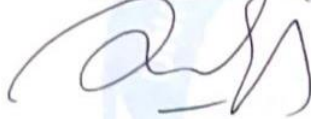
**NPM: 190325013**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 17 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

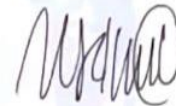
**SUSUSAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.**



**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 21 Juli 2023**

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

**FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DARI NIAT BERKUNJUNG KEMBALI**

#### **STUDI PADA: SUSHI TEI BEACHWALK**

Benar-benar adalah hasil karya saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung bersumber dari ide atau tulisan orang lain dinyatakan secara tertulis di dalam skripsi ini. Kutipan yang diperoleh melalui tulisan atau karya orang lain telah tertera pada bagian daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam tulisan saya baik sebagian maupun seluruhnya, maka gelar serta ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada pihak Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

Yang Menyatakan



**Tarisa Olivia Wie Rido**

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, ridha, dan karunia-Nya, yang senantiasa memberikan pertolongan, kekuatan serta kesabaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kelayakan Harga dan Kepuasan Terhadap Loyalitas: Efek Mediasi Dari Niat Berkunjung Kembali, Studi Pada: Sushi Tei Beachwalk”** disusun dengan tujuan memenuhi syarat untuk perolehan gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari semua pihak yang terlibat. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada seluruh pihak yang menjadi *support system* penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah dalam kondisi apapun, yang memberikan pertolongan, kesabaran, kekuatan, kelancaran, petunjuk, serta ridha kepada penulis sehingga berhasil menempuh pendidikan S1 dan menyelesaikan penelitian ini;
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan memberikan ilmu serta pengalaman bagi penulis untuk menempuh pendidikan S1 disini;
3. Orang tua, Mama dan Papa yang selalu memberi doa terbaik, dukungan, dan semangat selama menempuh pendidikan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan selama menyusun skripsi;
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. yang dengan sabar dan tulus dalam meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan segala bantuan, kritik dan saran selama proses penyusunan skripsi ini;
5. Made Galuh Inggita Amaranila Santa sebagai sahabat yang selalu menjadi tempat berbagi segala pengalaman selama penyusunan skripsi dan pemberi dukungan;

6. Teman-teman Power Rangers, Destya, Julia, Stefani, dan Cristina yang saling membantu dan berjuang bersama selama perkuliahan dan dalam penyusunan skripsi ini;
7. Seluruh responden yang memiliki kebesaran hati untuk mau meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu;
9. Tarisa Olivia Wie Rido, diri sendiri yang telah berhasil melewati kehidupan S1 di Yogyakarta sebagai mahasiswi rantau yang bisa bertahan dan bangkit kembali dalam situasi apapun sebagai bentuk dari tanggung jawab atas kepercayaan yang diberikan Tuhan, orang tua, dan diri sendiri dalam proses kehidupan ini.

Skripsi yang tidak luput dari kesalahan ini tersimpan harapan yang dimiliki oleh penulis untuk dapat memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan kepada berbagai pihak. Penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

Penulis



Tarisa Olivia Wie Rido

## MOTTO

**“...dan aku belum pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu, ya Tuhanku.”**

**(QS. Maryam:4)**



**“... dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.”**

**(QS. Ghafir: 44)**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	10
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	11
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	12
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	13
<b>BAB II</b> .....	15
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	15
<b>2.1 Persepsi Kelayakan Harga (<i>Perceived Price Justice</i>)</b> .....	15
<b>2.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)</b> .....	17
<b>2.3 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)</b> .....	20
<b>2.4 Niat Berkunjung Kembali (<i>Revisit Intention</i>)</b> .....	23
<b>2.5 Penelitian Terdahulu</b> .....	25
<b>2.6 Pengembangan Hipotesis</b> .....	32
<b>2.6.1 Persepsi Kelayakan Harga dan Niat Berkunjung Kembali</b> .....	32
<b>2.6.2 Persepsi Kelayakan Harga dan Loyalitas Pelanggan</b> .....	32
<b>2.6.3 Kepuasan Pelanggan dan Niat Berkunjung Kembali</b> .....	33
<b>2.6.4 Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan</b> .....	33
<b>2.6.5 Niat Berkunjung Kembali dan Loyalitas Pelanggan</b> .....	34
<b>2.6.6 Niat Berkunjung Kembali sebagai variabel Mediasi</b> .....	35
<b>2.7 Kerangka Penelitian</b> .....	37



<b>BAB III</b> .....	38
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	38
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	38
<b>3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian</b> .....	38
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	39
<b>3.3.1 Populasi Penelitian</b> .....	39
<b>3.3.2 Sampel Penelitian</b> .....	40
<b>3.3.3 Teknik Pengumpulan Sampel</b> .....	40
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	41
<b>3.5 Definisi Operasioanal</b> .....	43
<b>3.6 Metode Pengukuran Data</b> .....	44
<b>3.7 Metode Analisis Data</b> .....	45
<b>3.7.1 Statistik Deskriptif</b> .....	45
<b>3.7.2 Pengujian Instrumen</b> .....	46
<b>3.7.3 Metode Analisis</b> .....	47
<b>BAB IV</b> .....	52
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b> .....	52
<b>4.1 Hasil Statistika Deskriptif</b> .....	53
<b>4.1.1 Analisis Profil Responden Berdasarkan Pemahaman Mengenai Sushi Tei Beachwalk</b> .....	53
<b>4.1.2 Analisis Profil Responden Berdasarkan Demografi</b> .....	54
<b>4.2 Analisis Deskriptif</b> .....	56
<b>4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kelayakan Harga</b> .....	56
<b>4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kepuasan Pelanggan</b> .....	57
<b>4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Niat Berkunjung Kembali</b> .....	58
<b>4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan</b> .....	59
<b>4.3 Hasil Analisis Data Menggunakan <i>Partial Least Squared</i> (PLS)</b> .....	60
<b>4.3.1 Merancang Model Struktural</b> .....	60
<b>4.3.2 Merancang Model Struktural (<i>Outer Model</i>)</b> .....	61
<b>4.3.3 Mengevaluasi Uji Validitas (<i>Convergent Validity</i>)</b> .....	62
<b>4.3.4 Mengevaluasi Uji Validitas (<i>Discriminant Validity</i>)</b> .....	64
<b>4.3.5 Mengevaluasi Uji Reliabilitas (<i>Composite Reliability</i>)</b> .....	67
<b>4.3.6 Mengevaluasi Uji Reliabilitas (<i>Cronbach Alpha</i>)</b> .....	67

4.3.7 Mengevaluasi terhadap Model Pengukuran: <i>Inner Model</i> .....	68
4.4 Pengujian Hipotesis.....	69
4.5 Pembahasan Hipotesis .....	77
4.5.1 Persepsi Kelayakan Harga terhadap Niat Berkunjung Kembali..	77
4.5.2 Persepsi Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	77
4.5.3 Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Berkunjung Kembali.....	77
4.5.4 Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	78
4.5.5 Niat Berkunjung Kembali terhadap Loyalitas Pelanggan .....	78
4.5.6 Niat Berkunjung Kembali sebagai variabel Mediasi bagi Persepsi .....	79
Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	79
4.5.7 Niat Berkunjung Kembali sebagai variabel Mediasi bagi Kepuasan .....	79
Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
<b>BAB V.....</b>	<b>80</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Implikasi Manajerial .....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	84
5.4 Saran Penelitian Kedepannya.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	<b>Pertumbuhan Restoran di Indonesia .....</b>	<b>viii</b>
<b>Gambar 1. 2</b>	<b>Gerai Sushi Tei Beachwalk .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 3</b>	<b>Tampilan makanan di Sushi Tei Beachwalk.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2. 1</b>	<b>Kerangka Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3. 1</b>	<b>Alur Analisis Pengelompokan Mediasi .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4. 1</b>	<b>Model Struktural dan Model Pengukuran.....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 4. 2</b>	<b>Peran Niat Berkunjung Kembali sebagai Mediasi Pengaruh Persepsi Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. 3</b>	<b>Peran Niat Berkunjung Kembali sebagai Mediasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....</b>	<b>76</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Restoran di Provinsi Bali.....	2
Tabel 1. 2 Urutan Restoran Sushi Terpopuler di Kuta-Bali.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	43
Tabel 3. 2 Pembagian Interval Kelas.....	46
Tabel 4. 1 Jumlah Responden yang Pernah Berkunjung ke Sushi Tei Beachwalk.....	53
Tabel 4. 2 Jumlah Responden yang Pernah Melakukan Pembelian Makanan atau Minuman di Sushi Tei Beachwalk.....	53
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Dalam 6 Bulan Terakhir yang Melakukan Kunjungan dan Pembelian di Sushi Tei Beachwalk .....	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Demografi Responden .....	55
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kelayakan Harga.....	56
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan .....	57
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Berkunjung Kembali.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 4. 9 Indikator Variabel Laten .....	61
Tabel 4. 10 Nilai <i>Loading Factor/Outer Loadings</i> (Sebelum Pengeluaran Indikator).....	62
Tabel 4. 11 Nilai <i>Loading Factor/Outer Loadings</i> (Sesudah Pengeluaran Indikator).....	63
Tabel 4. 12 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	64
Tabel 4. 13 Nilai <i>Fornell Larcker Crietrion</i> .....	65
Tabel 4. 14 Nilai <i>Cross Loading</i> .....	66
Tabel 4. 15 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	67
Tabel 4. 16 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> .....	67
Tabel 4. 17 Nilai <i>R Square</i> .....	68
Tabel 4. 18 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ).....	69
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung ( <i>Indirect Effect</i> ).....	72
Tabel 4. 20 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	74
Tabel 4. 21 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	76
Tabel 4. 22 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	76

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. 1 Surat Pengantar Kuesioner.....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 2. 1 Draft Kuesioner.....</b>	<b>91</b>
<b>Lampiran 3. 1 Kuesioner (Google Form).....</b>	<b>94</b>
<b>Lampiran 4. 1 Indikator Jurnal Utama .....</b>	<b>101</b>
<b>Lampiran 5. 1 Daftar Responden dan Jawaban Pertanyaan.....</b>	<b>103</b>
<b>Lampiran 6. 1 Hasil Olah Data PLS .....</b>	<b>122</b>
<b>Lampiran 7. 1 Jurnal Acuan .....</b>	<b>128</b>



**PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN HARGA DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS: EFEK MEDIASI DARI NIAT BERKUNJUNG  
KEMBALI**

**STUDI PADA: SUSHI TEI BEACHWALK**

**Disusun Oleh:**

**Tarisa Olivia Wie Rido**

**NPM: 190325013**

**Pembimbing**

**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**ABSTRAK**

Tujuan dari dilakukan penelitian ini adalah untuk dapat menunjukkan bahwa Persepsi Kelayakan Harga dan Kepuasan Pelanggan dari sebuah bisnis memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Pada penelitian ini digunakan Niat Berkunjung Kembali sebagai mediasi dari pengaruh Persepsi Kelayakan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software Partial Least Square* (PLS) versi 3.2.9. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada responden yang pernah melakukan kunjungan dan pembelian di restoran Sushi Tei Beachwalk. Responden yang didapatkan sebanyak 167 responden dan hanya 160 data yang telah memenuhi syarat. Hasil yang diperoleh adalah Persepsi Kelayakan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berkunjung Kembali dan Loyalitas Pelanggan, Niat Berkunjung Kembali berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, serta Niat Berkunjung Kembali sebagai mediasi parsial memengaruhi Persepsi Kelayakan Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**Kata Kunci:** Persepsi Kelayakan Harga, Kepuasan Pelanggan, Niat Berkunjung Kembali, Loyalitas Pelanggan.