

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI  
STUDI PADA TOKO GEMILANG JAYA ELEKTRONIK MAGELANG**

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1) Pada Program Studi  
Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Donzel Peter Anven 190324998

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2024

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN**  
**KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI STUDI PADA TOKO**  
**GEMILANG JAYA ELEKTRONIK MAGELANG**



Disusun Oleh:

Donzel Peter Anven

NPM: 190324998

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE.,MBA

Yogyakarta, 17 Juni 2024

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI STUDI PADA TOKO  
GEMILANG JAYA ELEKTRONIK MAGELANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Donzel Peter Anven

NPM :190324998

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

Ketua Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D

Anggota Panitia Penguji



Dwitya Aribawa, SE.,MBA



Nadia Nila Sari, SE.,MBA

Yogyakarta, 23 Juli 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, MSc., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI STUDI PADA TOKO GEMILANG JAYA ELEKTRONIK MAGELANG**

Merupakan hasil karya saya sendiri. Skripsi ini berdasarkan pernyataan, ide dan kutipan yang bersumber dari ide atau tulisan orang lain yang di nyatakan secara tertulis dalam catatan dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi seluruhnya dari skripsi ini maka akan menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 11 Mei 2024

Donzel Peter Anven

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas penyertaan dan kasih karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, Kepercayaan, Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Toko Gemilang Jaya Magelang" sebagai syarat melengkapinya dan memenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pengerjaan skripsi ini bisa selesai dengan baik berkat dukungan, bimbingan, dan doa semua pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus atas kasih karunia-Nya dan penyertaan-Nya sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua dan seluruh keluarga yang mendukung atas penulisan skripsi ini sehingga berjalan dengan baik sampai selesai.
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, motivasi, dan memberikan masukan dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
4. Arcella Reva Anven sebagai adik yang telah membimbing selama mengerjakan skripsi dengan baik.
5. Michele yang menyemangati dan membantu dalam menyelesaikan pekerjaan skripsi dengan baik.
6. Teman-teman yang membantu dan menyemangati dalam mengerjakan skripsi.
7. Seluruh responden yang telah mengisi kuisioner dengan baik.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Kualitas Layanan.....	11
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.3 Kepercayaan Konsumen.....	14

2.1.4 Persepsi Nilai Konsumen.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3.1 Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.....	24
2.3.2 Persepsi Nilai Konsumen memiliki pengaruh terhadap kepuasan Konsumen.....	24
2.3.3 Kualitas Layanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.....	25
2.3.4 Persepsi Nilai Konsumen memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen.....	25
2.3.5 Kepercayaan Konsumen memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen..	26
2.3.6 Kepercayaan Konsumen memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.....	27
2.3.7 Kepercayaan Konsumen memediasi pengaruh persepsi nilai konsumen terhadap kepuasan konsumen.....	27
2.4 Kerangka Penelitian.....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Subjek, Objek, dan Tempat Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	31
3.4 Metode Pengambilan Sampel.....	31
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	32

3.6 Definisi Operasional.....	33
3.7 Pengukuran Data.....	37
3.8 Metode Analisis Data.....	38
3.8.1 Statistik Deskriptif .....	38
3.8.2 Pengujian Instrumen.....	38
3.8.2.1 Uji Validitas.....	38
3.8.2.2 Hasil Uji Validitas.....	39
3.8.2.3 Uji Reliabilitas.....	43
3.8.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
3.8.3 Metode Analisis Data.....	44
3.8.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3.8.3.2 Koefisien Determinasi.....	45
3.8.3.3 Uji Simultan.....	45
3.8.3.4 Uji Parsial.....	46
3.8.3.5 Analisi Mediasi.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	50
4.1.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	50
4.1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	51
4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	52
4.2 Analisis Deskriptif.....	53



4.2.1 Variabel Kualitas Pelayanan.....	54
4.2.2 Variabel Persepsi Nilai Konsumen.....	55
4.2.3 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	55
4.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
4.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.4 Uji Mediasi .....	61
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.....	65
4.5.2 Persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen.....	65
4.5.3 Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.....	66
4.5.4 Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui kepercayaan.....	66
4.5.5 Pengaruh persepsi nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen melalui kepercayaan.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi Manajerial.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	72
5.4 Saran Penelitian Kedepan.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	33
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Kesatu.....	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kedua.....	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Ketiga.....	42
Tabel 3,5 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2 Usia Responden.....	51
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 4.4 Nilai Skor dan Kategori.....	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan.....	54
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan.....	55
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	56
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
Tabel 4.9 Hasil Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen.....	57
Tabel 4.10 Hasil Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Mediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan.....	62

Tabel 4.12 Hasil Uji Mediasi Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Kepercayaan dan kepuasan

Pelanggan .....	64
-----------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Forcast Industri Elektronik Tahun 2022 -2025.....	2
Gambar 1.2 Toko Gemilang Jaya Magelang.....	5
Gambar 1.3 Produk dan Stok Toko Gemilang Jaya.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Model Regresi Melalui Variabel Meidasi .....	47
Gambar 3.2 Kerangka Pengambilan Keputusan Mediasi.....	49
Gambar 4.1 Path Analysis Pengujian Mediasi 1.....	61
Gambar 4.2 Path Analysis Pengujian Mediasi 2.....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuisisioner).....	75
Lampiran 2 (Data Mentah).....	81
Lampiran 3 (Pengolahan SPSS).....	92
Lampiran 4 ( Jurnal ).....	108

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI MEDIASI STUDI PADA TOKO GEMILANG JAYA ELEKTRONIK MAGELANG

Donzel Peter Anven (190324998)

Nadia Nila Sari, SE., MBA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, kepuasan, kepercayaan, persepsi nilai konsumen di Toko Gemilang Jaya Magelang. Kriteria sampel yang digunakan pernah berbelanja minimal 2 kali dalam 1 tahun terakhir. Pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Pengambilan data membagikan kuesioner dengan *Google Forms*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Persepsi nilai konsumen juga memiliki pengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Kepuasan konsumen terpenuhi dari kualitas layanan yang diberikan. Persepsi nilai konsumen memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen dapat memediasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Persepsi Nilai Konsumen