

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DAN NIAT PEMBELIAN ULANG  
(STUDI PADA BENGKEL PERFORMA AUTOFORIA)**

**Skripsi**

**Guna Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

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



**Disusun oleh:**

**Marcellino Surya Atmadja**

**200325719**

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

**2024**

**Skripsi**  
**Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kewajaran  
Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang  
(Studi pada Bengkel Performa Autoforia)**

**Disusun oleh:**

**Marcellino Surya Atmadja**

**200325719**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



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

**Yogyakarta, 16 Juli 2024**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,**  
**DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**  
**DAN NIAT PEMBELIAN ULANG**  
**(STUDI PADA BENGKEL PERFORMA AUTOFORIA)**

Yang diperstapkan dan disusun oleh:

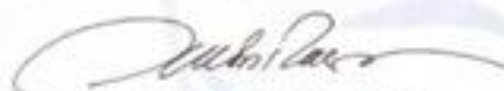
**Marcellino Surya Atmadja**

**200325719**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 5 Juli 2024 dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen.

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



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

**Anggota Panitia Penguji**



**Vonezyo Yupanzaga D.S.E., MBA.**



**Api Adyantari, S.A., MBA.**

Yogyakarta, 16 Juli 2024

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Wenefrida Mahestu N Krisjanti, S.E., M.Sc.IB, Ph.D.**

FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMICS  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **PERNYATAAN**

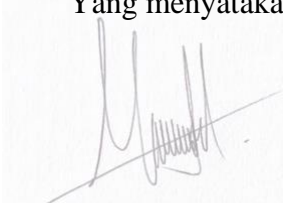
Saya, yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DAN NIAT PEMBELIAN ULANG  
(STUDI PADA BENGKEL PERFORMA AUTOFORIA)**

Merupakan karya pribadi saya sepenuhnya. Semua pernyataan, gagasan, dan kutipan, baik yang disajikan secara langsung maupun tidak langsung dari sumber tulisan atau ide orang lain, telah secara jelas diidentifikasi dan dikutip dalam skripsi ini. Saya menyadari bahwa segala bentuk plagiarisme merupakan tindakan yang tidak etis dan dapat merugikan integritas akademik saya serta lembaga pendidikan. Oleh karena itu, jika terdapat bukti bahwa saya melakukan plagiarisme dalam skripsi ini, saya bersedia untuk menerima konsekuensi yang diberikan, termasuk pembatalan gelar dan ijazah yang telah saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta, serta saya akan mengembalikannya dengan penuh tanggung jawab.

Yogyakarta, 16 Juli 2024

Yang menyatakan,



Marcellino Surya Atmadja

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang (Studi Pada Bengkel Performa Autoforia)”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberkati, membimbing, dan senantiasa menjawab doa – doa peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
2. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. Yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan selama penulisan skripsi ini. Bimbingan dan masukan yang diberikan sangat berharga bagi penulis dalam memperkaya wawasan dan pengetahuan.
3. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran selama penulis melangsungkan pendidikan.
4. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan dukungan dalam segala bentuk dari memulai studi hingga penulisan skripsi ini.
5. Pebry Ayusari yang senantiasa menghibur, mendukung, memberikan semangat, dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Hananto Adi selaku pemilik bengkel Performa Autoforia yang selalu mendukung dan memberikan kesempatan untuk dapat melakukan penelitian di bengkel Performa Autoforia.

7. Seluruh staff Performa Autoforia yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teman – teman “Team Uhuy” yaitu Bintang, Gerry, Reiky, Aldi, Gabby, Ryo, dan Bagas yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
9. Teman – teman “Trapezeus” yaitu Agil, Almay, Cipling, Primus, Saprek, Alfa, Kegoy, Tama, dan Yudho yang telah memberikan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman – teman “RZE” yaitu Ario, Evan, Nico, Verdio, Effrata, dan Gabriel yang telah mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.
11. Keluarga Badan Perwakilan Mahasiswa (BPM FBE UAJY) tahun 2019 – 2023 yang telah memberikan banyak penghiburan, pembelajaran, pengalaman dan semangat dalam melangsungkan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta
12. Seluruh Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat, memberikan motivasi, membantu dan mendoakan penulis dalam penulisan skripsi ini.
13. Seluruh pelanggan Performa Autoforia Yogyakarta yang telah bersedia untuk berpartisipasi dengan menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis

Marcellino Surya Atmadja

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK,  
DAN KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
DAN NIAT PEMBELIAN ULANG  
(STUDI PADA BENGKEL PERFORMA AUTOFORIA)**

Disusun oleh:

Marcellino Surya Atmadja  
200325719

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

**ABSTRAK**

Niat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam kelangsungan bisnisnya. Pada penelitian ini hal tersebut diteliti pada bengkel Performa Autoforia. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana persepsi kualitas layanan, kualitas produk, dan kewajaran harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang. Penelitian ini mengumpulkan 120 responden yang memenuhi kriteria. Metode purposive sampling dan skala Likert 5 poin digunakan dalam penelitian ini melalui Google Form. Penelitian ini menggunakan alat analisis data yaitu IBM SPSS 29. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, dan persepsi kewajaran harga (*perceived price fairness*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan niat pembelian ulang.

(Kata kunci: Persepsi kualitas layanan, persepsi kualitas produk, persepsi kewajaran harga (*perceived price fairness*), kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang)

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>8</b>
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	<b>8</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
<b>2.1 Kajian Literatur</b> .....	<b>10</b>
2.1.1 Persepsi Kualitas Layanan .....	10
2.1.2 Persepsi Kualitas Produk .....	11
2.1.3 Persepsi Kewajaran Harga ( <i>Perceived Price Fairness</i> ) .....	11
2.1.4 Kepuasan Pelanggan .....	12
2.1.5 Niat Pembelian Ulang .....	13
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>14</b>
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis</b> .....	<b>18</b>
2.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan ..	18
2.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan ....	18
2.3.3 Pengaruh Persepsi Kewajaran Harga ( <i>Perceived Price Fairness</i> ) terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang .....	19
<b>2.4 Kerangka Penelitian</b> .....	<b>20</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	<b>21</b>
<b>3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian</b> .....	<b>21</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>22</b>
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data</b> .....	<b>23</b>
<b>3.5 Definisi Operasional</b> .....	<b>24</b>
<b>3.6 Pengukuran Data</b> .....	<b>26</b>
<b>3.7. Metode Analisis Data</b> .....	<b>27</b>



3.7.1 Statistik Deskriptif .....	27
3.7.2 Pengujian Instrumen .....	28
3.7.3 Metode Analisa Data.....	31
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
<b>4.1 Hasil Statistika Deskriptif .....</b>	<b>34</b>
4.1.1 Pertanyaan Filter .....	34
4.1.2 Demografi Responden.....	36
4.1.3 Statistika Deskriptif Variabel.....	37
<b>4.2 Hasil Analisis Data .....</b>	<b>41</b>
4.2.1 Alat Analisis SPSS .....	41
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>44</b>
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	44
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan ...	44
4.3.3 Pengaruh Persepsi Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan .	45
4.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Ulang .....	46
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>47</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>47</b>
<b>5.2 Implikasi Manajerial .....</b>	<b>47</b>
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>49</b>
<b>5.4 Saran Penelitian Kedepan .....</b>	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Karyawan Performa Autoforia yang sedang memberikan penjelasan tentang perbaikan kerusakan mobil konsumen. ....	3
Gambar 1.2 Produk <i>original</i> dan <i>aftermarket</i> yang disediakan di Performa Autoforia .....	4
Gambar 1.3 Konsumen yang kembali melakukan perbaikan di Performa Autoforia ...	6
Gambar 2.1 Kerangka Model Penelitian .....	20

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah kendaraan bermotor di Indonesia .....	1
Tabel 2.1 Daftar Jurnal Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	24
Tabel 3.2 Skala Likert .....	27
Tabel 3.3 Pembagian Interval .....	27
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	30
Tabel 4.1 Pertanyaan Filter .....	34
Tabel 4.2 Pertanyaan Filter .....	35
Tabel 4.3 Pertanyaan Filter .....	35
Tabel 4.4 Pertanyaan Filter .....	36
Tabel 4.5 Demografi Responden.....	36
Tabel 4.6 Hasil Statistika Deskriptif Persepsi Kualitas Layanan.....	37
Tabel 4.7 Hasil Statistika Deskriptif Persepsi Kualitas Produk.....	38
Tabel 4.8 Hasil Statistika Deskriptif Persepsi Kewajaran Harga.....	39
Tabel 4.9 Hasil Statistika Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	40
Tabel 4.10 Hasil Statistika Deskriptif Niat Pembelian Ulang.....	40
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana .....	43