

**KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN KAUSAL ANTARA
KUALITAS JASA DAN HARGA DENGAN MINAT BELI ULANG
(Studi pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi
Tanjungpinang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana Ekonomi (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh:

CHARLES CAESIEN

NPM : 10 03 18476

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2015

SKRIPSI

**KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN KAUSAL ANTARA
KUALITAS JASA DAN HARGA DENGAN MINAT BELI ULANG**

**(Studi pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi
Tanjungpinang)**

Disusun oleh:

Charles Caesien

10 03 18476

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. J. Sudarsono, MS

18 Mei 2015

SKRIPSI

**KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN KAUSAL ANTARA
KUALITAS JASA DAN HARGA DENGAN MINAT BELI ULANG
(Studi pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi
Tanjungpinang)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Charles Caesien
NPM: 10 03 18476

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 Juni 2015 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

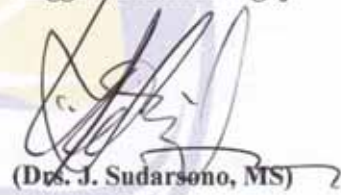
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



(Drs. Ign. Sukirno, MS)

Anggota Panitia Penguji



(Drs. J. Sudarsono, MS)



(Dra. AM. Rosa Widjojo., MBA.)

Yogyakarta, 9 Juni 2015
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


PAKULTAS
EKONOMI

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

PERNYATAAN

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

**KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN KAUSAL ANTARA
KUALITAS JASA DAN HARGA DENGAN MINAT BELI ULANG
(Studi pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi
Tanjungpinang)**

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, serta kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 24 Mei 2015

Yang menyatakan,



Charles Caesien

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan rahmat-Nya yang besar, sehingga melalui penyertaan-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi untuk jenjang pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan rasa terima kasih, kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam memberikan dukungan, masukan, dan doa baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala hormat saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai saya dalam menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Mama tercinta yang selalu memberikan dukungan dengan kasih sayang yang tak terhingga, sehingga menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dage dan Cici yang selalu mendukung proses kuliah saya, sehingga semuanya dapat berjalan dengan baik.
4. Bapak Drs. J. Sudarsono,MS. selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar membimbing dan membantu saya selama proses penyelesaian skripsi ini.

5. Sahabat-sahabat serta saudara terkasih yang selalu menemani dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini Dea, Wellen, Devyt, Christino, Linda, Audrey, Ci Fbi, Ci Wili, Ko Franky, Charlen, Slyvia, Daniel, Yani, Friska, Bayu.
6. Teman-teman seperjuangan yang bersama-sama saya menghadapi susah senang selama berkuliah di Universitas Atma Jaya Ary, Frans, Pipin, Siska, Lia, Ficky.
7. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pihak-pihak lain yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata saya menyadari masih terdapat kekurangan-kekurangan dalam skripsi yang telah dibuat ini, dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan. Oleh sebab itu, saya mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang membangun sehingga mampu menjadikan skripsi ini lebih baik lagi, dan bermanfaat bagi semua pihak, terkhususnya rekan-rekan mahasiswa.

Yogyakarta, 24 Mei 2014



Charles Caesien

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan-rancangan apa yang ada pada-Ku mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.”

(Yeremia 29:11)

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.”

(Yesaya 41:10)

“The Lord is my light and my salvation; whom shall I fear? The Lord is the strength of my life; of whom shall I be afraid?”

(Psalm 27:1)

“A problem is a chance for you to do your best.”

(Duke Ellington)

"Do not go gentle into that good night; Old age should burn and rave at close of day. Rage, rage against the dying of the light.”

(Dylan Thomas, as quoted by Professor Brand)

DAFTAR ISI

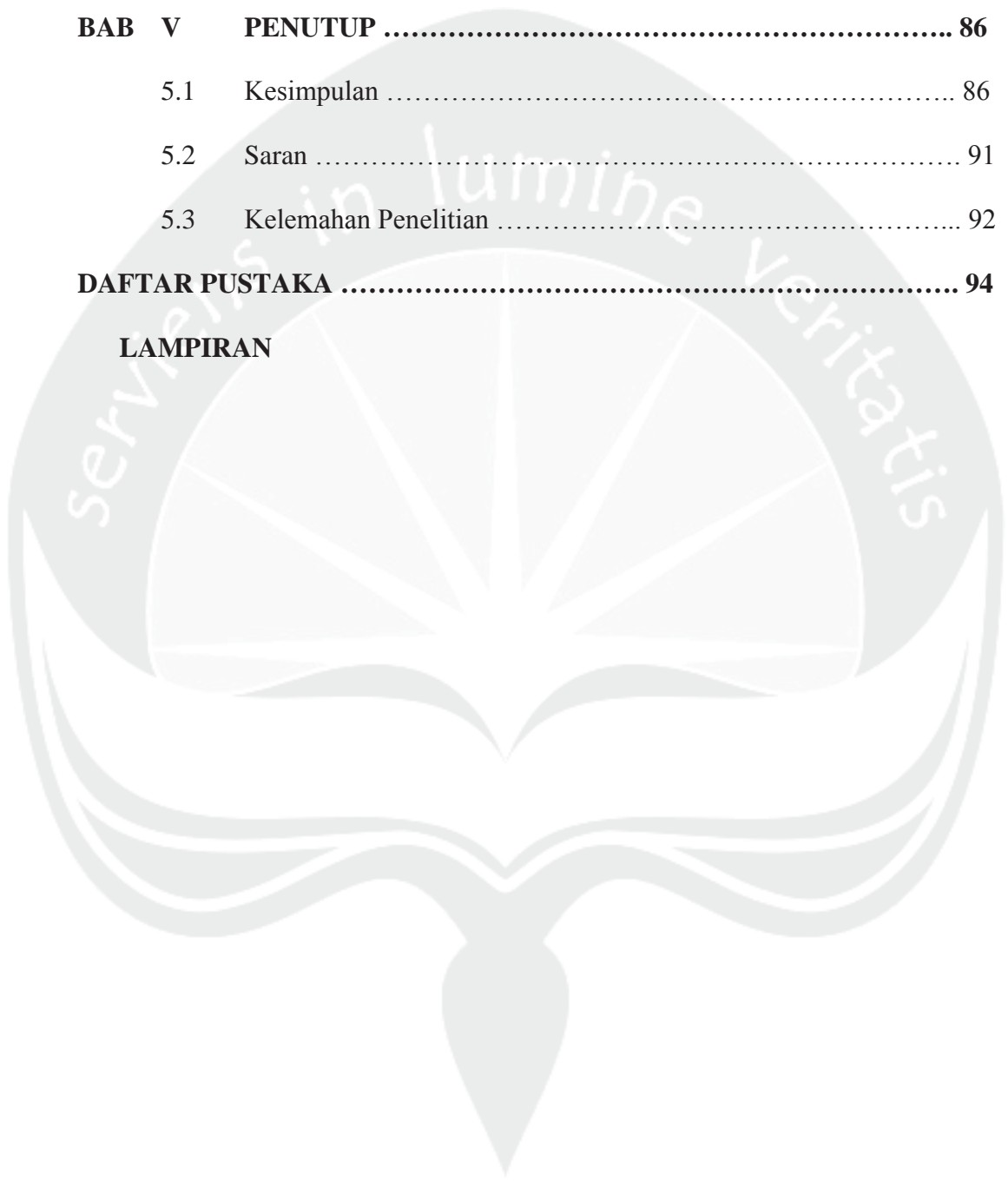
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kualitas Jasa	13
2.2 Harga	19

2.3	Kepuasan Pelanggan	24
2.4	Minat Beli Ulang	34
2.5	Penelitian Sebelumnya	35
2.6	Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	39
	2.6.1 Hubungan Kualitas Jasa dan Harga dengan Minat Beli Ulang.....	39
	2.6.2 Hubungan kualitas jasa dan harga dengan kepuasan pelanggan	40
	2.6.3 Hubungan Kualitas jasa, Harga, dan Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang	40
	2.6.4 Hubungan Intensitas Kualitas Jasa, Intensitas Harga, Intensitas Kepuasan Pelanggan, dan Frekuensi Kunjungan dengan Minat Beli Ulang	41
2.7	Kerangka Penelitian	43
BAB III	METODE PENELITIAN	45
3.1	Ruang Lingkup Penelitian (Lokasi Penelitian, Objek Penelitian, dan Subjek Penelitian)	45
3.2	Jenis Penelitian	45
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.4	Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	46
	3.4.1 Metode Sampling yang Digunakan	46
	3.4.2 Metode / Teknik Pengumpulan Data	47

3.5	Pengukuran Variabel Penelitian	48
3.6	Metode Pengukuran Data	51
3.7	Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Realibilitas)	52
	3.7.1 Uji Validitas	52
	3.7.2 Uji Realibilitas	53
3.8	Teknik Analisis yang Digunakan	53
	3.8.1 Analisis Regresi	53
	3.8.2 Analisis Regresi Mediasi	56
	3.8.3 Model Regresi Moderasi	57
	3.8.4 Uji <i>One Sample T-Test</i>	59
	3.8.5 <i>Independent Sample T-Test</i>	60
	3.8.6 Uji <i>One Way Anova</i>	61
	3.8.7 Analisis Deskriptif	62
	3.8.8 Kategorisasi Karakteristik Responden	63
BAB IV	ANALISIS DATA	64
4.1	Pendahuluan	64
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	64
4.3	Analisis Regresi Mediasi	66
	4.3.1 Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	67
	4.3.2 Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	68

4.3.3	Pengaruh Kualitas Jasa, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	69
4.4	Model Mediasi Hasil Penelitian	70
4.5	Hasil Analisis Regresi Moderasi	72
4.5.1	Pengaruh Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan dan Interaksi Antara Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	73
4.5.2	Pengaruh Kualitas Jasa, Frekuensi Kunjungan dan Interaksi Antara Kualitas Jasa Dengan Frekuensi Kunjungan Terhadap Minat Beli Ulang	74
4.6	Penilaian Perseptif Pelanggan Atas Kualitas Jasa, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang	74
4.6.1	Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Kualitas Jasa	76
4.6.2	Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Harga	76
4.6.3	Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan	77
4.6.4	Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Minat Beli Ulang	78
4.7	Perbedaan Derajat Penilaian Perseptif Konsumen Atas Kualitas Jasa, Harga, Kepuasan Pelanggan dan Minat Beli Ulang Ditinjau Dari Perbedaan Kelompok Pada Karakteristik Responden	78

4.8	Profil Responden	80
4.9	Pembahasan	82
BAB V	PENUTUP	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	91
5.3	Kelemahan Penelitian	92
DAFTAR PUSTAKA		94
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.2. Hasil Uji Realibilitas	66
Tabel 4.3. Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang	67
Tabel 4.4 Pengaruh Kualitas Jasa dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	68
Tabel 4.5 Pengaruh Kualitas Jasa, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	69
Tabel 4.6 Pengaruh Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan dan Interaksi Antara Kualitas Jasa Dengan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	73
Tabel 4.7 Pengaruh Kualitas Jasa, Frekuensi Kunjungan dan Interaksi Antara Kualitas Jasa Dengan Frekuensi Kunjungan Terhadap Minat Beli Ulang	74
Tabel 4.8 Derajat Penilaian Pelanggan Terhadap Variabel Kualitas Jasa, Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Minat Beli Ulang	75
Tabel 4.9 Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Kualitas Jasa dengan <i>Test Value</i> 3,7224	76
Tabel 4.10 Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Harga dengan <i>Test Value</i> 3,5867	76

Tabel 4.11 Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel	
Kepuasan Pelanggan dengan <i>Test Value</i> 3,8000	77
Tabel 4.12 Derajat Penilaian Pelanggan pada Indikator-Indikator Variabel Minat	
Beli Ulang dengan <i>Test Value</i> 3,5184	78
Tabel 4.13 Perbedaan Derajat Penilaian Perseptif Berdasarkan Pekerjaan	
Responden	79
Tabel 4.14 Perbedaan Derajat Penilaian Perseptif Berdasarkan Jarak Menuju ke	
Bengkel	79
Tabel 4.15 Perbedaan Derajat Penilaian Perseptif Berdasarkan Frekuensi	
Kunjungan dalam 4 Bulan	80
Tabel 4.16 Profil Responden	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual Penelitian	43
Gambar 3.1 Hubungan Antara Variabel Independen Mediator dan Dependen	56
Gambar 4.1 Model Hubungan Variabel Kualitas Jasa, Harga, Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Kuesioner
2. Lampiran Validitas dan Realibilitas
3. Lampiran Analisis Persentase
4. Lampiran Regresi Mediasi
5. Lampiran Regresi Moderasi
6. Lampiran *One Sample T-Test*
7. Lampiran *One Way Anova*
8. Lampiran Data Kuisisioner
9. Lampiran R Tabel

**KEPUASAN PELANGGAN DALAM HUBUNGAN KAUSAL ANTARA
KUALITAS JASA DAN HARGA DENGAN MINAT BELI ULANG
(Studi pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi
Tanjungpinang)**

**Disusun oleh:
Charles Caesien
NPM: 10 03 18476**

**Pembimbing
Drs. J. Sudarsono, MS**

Abstrak

Persaingan di dunia bisnis saat ini semakin ketat. Hal ini juga dirasakan para pelaku bisnis di bidang jasa perbengkelan motor seperti pemilik-pemilik bengkel di Tanjungpinang. Bengkel Yamaha Malaka Abadi adalah salah satu bengkel yang ada di Tanjungpinang saat ini. Bengkel Yamaha Malaka Abadi harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang dan juga perlu membuat beberapa perbaikan dan inovasi yang dapat minat beli ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peranan kepuasan pelanggan dalam hubungan kausal antara kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang pada pelanggan bengkel sepeda motor Yamaha Malaka Abadi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling Method*. Sampel dalam penelitian adalah 125 responden yang telah melewati masa servis gratis yaitu 10.000 km atau 10 bulan sejak pembelian baru dan minimal telah melakukan servis 1 kali dalam 3 bulan terakhir. Sedangkan alat analisis yang digunakan untuk menguji peranan kepuasan pelanggan dalam hubungan kausal antara kualitas jasa dan harga terhadap minat beli ulang yaitu dengan regresi mediasi.

Hasil dari pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan mengendalikan sebagian pengaruh variabel harga terhadap minat beli ulang, sedangkan variabel kualitas jasa secara langsung berhubungan dengan minat beli ulang, tanpa dikontrol atau dikendalikan oleh kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas jasa, harga, kepuasan pelanggan, minat beli ulang.