



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA)
RADIO DALAM**

SKRIPSI

Ivan Setya Maulana

1302015091

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA
PT.WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA)
RADIO DALAM**

SKRIPSI

Ivan Setya Maulana

1302015091

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JAKARTA
2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM** merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya.

Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau jiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 14 Agustus 2020



NIM 1302015091

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM**

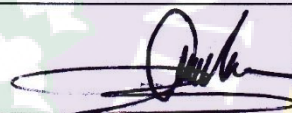
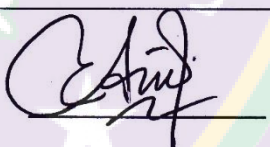
NAMA : **IVAN SETYA MAULANA**

NIM : **1302015091**

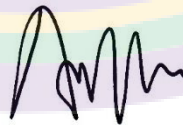
PROGRAM STUDI : **MANAJEMEN**

TAHUN AKADEMIK : **2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

Pembimbing I	Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.	
Pembimbing II	Edi Setiawan, S.E, M.M	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E, MM.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT.WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM

yang disusun oleh :
Ivan Setya Maulana
1302015091

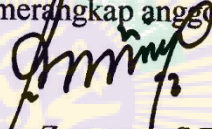
telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata-satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 27 Agustus 2020

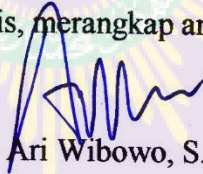
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



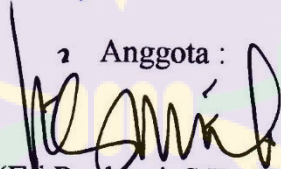
(Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Adityo Ari Wibowo, S.E., M.M)

2 Anggota :



(Eti Rochaeli, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Dr. Adityo Ari Wibowo, SE., MM.

Dr. Nuryadi Wijiharjono, SE., MM.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Ivan Setya Maulana
NIM : 1302015091
Program Studi: Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR.HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM ”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta
Pada tanggal: 14 Agustus 2020
Yang Menyatakan


(Ivan Setya Maulana)

ABSTRAK

Ivan Setya Maulana(1302015091)

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT.WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM

Skripsi. Program Starta Satu Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Prof. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Konsumen.

Penelitian ini ditunjukan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Wahana Prestasi Logistik.

Dalam penelitian ini digunakan metode *survey*, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wahana, Radio Dalam yang berjumlah 92 responden. Teknik pengambilan sampling menggunakan teknik *Purposive sampling* , yaitu bertujuan untuk menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian., untuk mengambil jumlah sampel digunakan rumus *Slovin*. Teknik pengolahan dan analisis data meliputi uji validitas kuisioner, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

Hasil uji statistik T disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,489 > 1,662$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil uji statistik T disimpulkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,131 > 1,662$), menunjukkan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sedangkan uji statistik F disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($58,885 > 3,110$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

ABSTRAK

Ivan Setya Maulana(1302015091)

INFLUENCE OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY IN PT.WAHANA PRESTASI LOGISTIK (WAHANA) RADIO DALAM

The Thesis of Bachelor Degree Program. Managemen Major. Faculty of Economics and Business Prof. Muhamadiyah University. DR. HAMKA. 2020. Jakarta.

Keywords: Price, Service Quality and Consumer Loyalty.

This research is shown to determine the effect of price and service quality on consumer loyalty at PT. Wahana Prestasi Logistik. Radio Dalam.

This study used a survey method, The population in this study were consumers of Wahana, Radio Dalam, amounting to 92 respondents. The sampling technique used purposive sampling technique, that is, it aims to determine sampling by determining specific characteristics in accordance with the research objectives, To take the number of samples used the Slovin formula. Data processing and analysis techniques include questionnaire validity testing, classical assumption test, hypothesis test and determination coefficient analysis.

The results of the T statistical test concluded that $T_{count} > T_{table}$ ($2.489 > 1.662$), with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that price partially has a significant effect on consumer loyalty. Test results T statistic concluded that $T_{count} > T_{table}$ ($2.131 > 1.662$), it shows that service quality partially has a significant effect on consumer loyalty, with a significance value of $0.000 < 0.05$, while the F statistical test concluded that $F_{count} > F_{table}$ ($58.885 > 3.110$), with a significant value of $0.000 < 0.05$, it shows that the price and service quality simultaneously have a significant effect on consumer loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puja dan puji syukur bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang Maha Mulia lagi Maha Perkasa, yang punya kuasa membolak-balikan hati manusia. Yang memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam tercurah kepada hamba-Nya yang diridhoi, penutup para nabi, imam para hamba yang bertaqwa, pemimpin para rasul dan kekasih Rabb semesta alam Nabi Muhammad SAW. Oleh karena itu, dengan penuh ketulusan, peneliti ingin menyampaikan terimakasih kepada :


1. Bapak Prof. Gunawan Suryoputro M. Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Zulpahmi, S.E. M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E. M.M. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.H.I. M.Pd.I. Selaku Wakil Dekan III dan IV Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Dr. Adityo Ar Wibowo, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen, yang telah memberikan banyak pengarahan kepada seluruh mahasiswa khususnya mahasiawa manajemen.
7. Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Edi Setiawan, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II. Terimakasih atas bimbingan dan saran-saran dalam penyelesaian skripsi ini

9. Kakek Muchayat Nenek Suyanah (Alm), mama Kумыati dan papa Khaerulloh, terimakasih atas doa, perhatian, dukungan, motivasi dan kesempatan mengenyam pendidikan tinggi.
10. Adik Naufal yang selalu memberi dorongan, motivasi dan perhatiannya bagi peneliti.
11. Gisela, yang selalu mendukung dan tidak bosan-bosannya memberikan motivasi dan semangat menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat-sahabat Niara, isma, Yuke yang banyak membantu penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsinya, serta haerul, iman, budi, widiansyah, yang selalu mendukung dan memberi semangat kepada penulis.
13. Semua teman-teman seperjuangan angkatan 2013, Habibah, Eva, Widya, Resa, choirun yang dalam setiap kesempatan selalu bertanya tentang skripsi penulis. Serta semua teman sekelas yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Semoga Allah tetap memelihara silaturahmi ini.

Akhirnya penulis juga memohon maaf bila terdapat pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga amal baik kita semua diterima oleh Allah SWT. Sebagai amalan soleh didunia dan akhirat. Dengan segala keterbatasannya, semoga skripsi ini bermanfaat.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 14 Agustus 2020


(Ivan Setya Maulana)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK/INTISARI	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Permasalahan	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	6
1.2.3 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Telaah Pustaka	16
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.2.1.1 Marketing 4.0.....	17
2.2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
2.2.1.3 Bauran Pemasaran	19
2.2.2 Harga	22
2.2.2.1 Pengertian Harga	22
2.2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....	23

2.2.2.3	<i>Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga</i>	23
2.2.2.4	<i>Dimensi Harga</i>	25
2.2.3	<i>Kualitas Pelayanan</i>	26
2.2.3.1	<i>Pegertian Pelayanan</i>	26
2.2.3.2	<i>Dimensi kualitas Pelayanan</i>	26
2.2.4	<i>Loyalitas Konsumen</i>	27
2.2.4.1	<i>Perubahan Customer Path</i>	27
2.2.4.2	<i>Pengertian Loyalitas</i>	28
2.2.4.3	<i>Tingkat Loyalitas Konsumen</i>	29
2.2.4.4	<i>Dimensi Pengukuran Loyalitas Konsumen</i>	30
2.3	<i>Kerangka Pemikiran Teoritis</i>	31
2.4	<i>Rumusan Hipotesis</i>	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Metode Penelitian</i>	38
3.2	<i>Operasional Variabel</i>	39
3.2.1	<i>Pengertian Operasional Variabel</i>	39
3.3	<i>Populasi dan Sampel</i>	42
3.3.1	<i>Populasi</i>	42
3.3.2	<i>Sampel</i>	42
3.4	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	43
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Penelitian</i>	43
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	43
3.5	<i>Teknik Pengolahan Dan Analisis Data</i>	44
3.5.1	<i>Teknik Pengolahan</i>	44
3.5.1.1	<i>Uji Validitas Data</i>	45
3.5.1.2	<i>Uji Reliabilitas Data</i>	45
3.5.1.3	<i>Teknik Analisis Data</i>	46
3.5.2	<i>Analisis Statistik Deskriptif</i>	46
3.5.3	<i>Analisis Data</i>	47
3.5.3.1	<i>Analisis Model Regresi Linier Berganda</i>	47

3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.4 Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi(R^2).....	52
3.5.5 Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Lokasi Penelitian.....	56
4.1.2 Profil Singkat Perusahaan.....	56
4.2 Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan	56
4.2.1 Identitas Responden.....	56
4.2.2 Analisis Per Variabel.....	57
4.2.2.1 Harga (X_1).....	58
4.2.2.2 Kualitas Pelayanan (X_2)	69
4.2.2.3 Loyalitas Konsumen (Y).....	79
4.3 Uji Kualitas Data.....	92
4.3.1 Uji Validitas Kuesioner	92
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	94
4.3.3 Analisis Statistik Deskriptif	95
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
4.3.5 Uji Asumsi Klasik	98
4.3.6 Koefisien Korelasi.....	101
4.3.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	102
4.3.7 Uji Hipotesis.....	103
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian.....	104
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	112
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Daftar Penelitian Terdahulu	12
2.	Operasional Variabel.....	36
3.	Skor Nilai Skala <i>Likert</i>	40
4.	Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokolerasi	48
5.	Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi	50
6.	Usia Responden	53
7.	Jenis Kelamin Responden.....	54
8.	Pendidikan Responden.....	54
9.	Dari Mana Responden Mengetahui Wahana	55
10.	Berapa Lama Responden Menjadi Pelanggan Wahana	56
11.	Terakhir Responden Mengunjungi Wahana	57
12.	Harga Jasa Pengiriman Wahana Sesuai Dengan Tarif yang di akses Melalui Internet ataapun Media lainnya	58
13.	Tarif Harga Jasa Pengiriman Wahana Lebih Murah Dari Jasa Pengiriman lainya.....	59
14.	Harga yang Dibayarkan Sesuai Dengan Service yang Dipilih Oleh Konsumen Dan Berat Barang yang Dikirimkan	60
15.	Wahana Memberikan Potongan Harga Atas Kesalahan Pengiriman Paket Atau Barang di Penggunaan Selanjutnya.....	61
16.	Potongan Harga Untuk Pelanggan Tetap Wahana Agen Radio Dalam.....	62
17.	Wahana Memberikan Potongan Harga Kepada Konsumen Tetap Pada Saat Ulang Tahun Wahana Radio Dalam	63
18.	Wahana Memberikan Potongan Harga 12% Pada Saat Hari Belanja Online Nasional.....	64
19.	Harga yang Diberikan Wahana Sesuai Dengan Kualitas Pelayanan yang Dirasakan.....	65
20.	Wahana Agen Radio Dalam Menawarkan Tarif Harga Jasa Pengiriman	

Yang Sesuai Dengan Estimasi Waktu Pengiriman	66
21. Konsumen Menerima Jaminan Garansi Pengambilan Uang Sesuai Dengan Harga yang Dibayarkan Apabila Paket Tidak Diterima	67
22. Indikator Harga (X_1)	68
23. Karyawan Wahana Agen Radio Dalam Handal Dalam Melayani Keluhan Konsumen	69
24. Proses Pengiriman Paket Tepat Waktu dan Tepat Pada Orang yang Menerima	70
25. <i>Customer Service</i> Merespon Cepat Dalam Mengangkat Telepon dan Email Untuk Menanggapi Keluhan dan Masalah Pelanggan	71
26. Pegawai Wahana Sigap Dalam Membantu Konsumen.....	72
27. Barang Atau Produk yang Dikirimkan Melalui Wahana Sangat Terjamin Keamanannya.....	73
28. Kepercayaan Pelanggan Terhadap Wahana Karena Pelayanan Pegawainya	74
29. Pelayanan Pegawai Wahana Ramah Terhadap Semua Pelanggannya.....	75
30. Karyawan Wahana Peduli Dalam Kepentingan Pelanggan	75
31. Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Tunggu Wahana Agen Radio Dalam..	76
32. Fasilitas Yang Diberikan Wahana Agen Radio Dalam Mudah Diakses Dan Dinikmati.....	77
33. Indikator Kualitas Pelayanan (X_2)	78
34. Saya Akan Terus-menerus Menggunakan Jasa Pengiriman Wahana	79
35. Saya Akan Menjadi Pelanggan Wahana yang Loyal	80
36. Saya Terbiasa Menggunakan Jasa Pengiriman Wahana Karena Pelayanannya yang Sangat Baik	81
37. Saya Terbiasa Menggunakan Jasa Pengiriman Wahana Karena Produk Sesuai Dengan Harga yang Ditawarkan	82
38. Saya Memilih Menggunakan Jasa Wahana Karena Paket Sampai Tepat Pada Waktunya	83
39. Sistem Online Wahana yang Dapat Di akses Dimana Saja Dengan Tampilannya ayang Menarik	84

40. Saya Mengirim paket Atau Dokumen Di Wahana Setiap Seminggu Sekali .85	
41. Saya Tidak Terpengaruh Oleh Biaya yang Lebih Rendah yang Ditawarkan Oleh Perusahaan Pengiriman Paket Atau Dokumen Lain	86
42. Saya Menggunakan Pelayanan Wahana Karena Reputasinya yang Baik.....	87
43. Saya Sangat Senang Menggunakan Jasa Wahana Karena Selalu Sampai Dan Barang Tidak Rusak	88
44. Saya Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa Pegiriman Wahana	89
45. Saya Menggunakan Wahana Karena Rekomendasi Dari Orang Lain	90
46. Indikator Loyalitas Pelanggan (Y).....	91
47. Uji Validitas Variabel X_1 (Harga).....	95
48. Uji Validitas Variabel X_2 (Kualitas Pelayanan).....	95
49. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)	96
50. Uji Reliabilitas X_1 (Harga).....	97
51. Uji Reliabilitas X_2 (Kualitas Pelayanan).....	97
52. Uji Reliabilitas Y (Loyalitas Pelanggan)	97
53. Analisis Statistik Deskriptif	98
54. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
55. Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov).....	102
56. Hasil Uji Multikolinearitas	102
57. Hasil Uji Autokorelasi	104
58. Hasil Koefisien Korelasi	105
59. Koefisien Deteminasi Harga.....	108
60. Koefisien Deteminasi Kualitas Pelayanan.....	108
61. Koefisien Deteminasi Loyalitas Konsumen.....	109
62. Hasil Uji Parsial (Uji Statistik T)..	110
63. Hasil Uji Simultan (Uji Statistik F).....	111

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	<i>Customer Path:from Individual</i>	27
2.	<i>Customer Path:from Individual Social</i>	27
3.	Kerangka Pemikiran Teoritis	31
4.	Grafik Normal <i>P-Plot</i>	99
5.	Grafik <i>Scatterrplot</i>	102

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	1/45
2.	Hasil Data Kuesioner.....	7/45
3.	Uji Validitas Kuesioner.....	17/45
4.	Uji Reliabilitas.....	20/45
5.	Output SPSS Analisis Statistik Deskriptif.....	21/45
6.	Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	22/45
7.	Output SPSS Uji Normalitas.....	23/45
8.	Output SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	24/45
9.	Output SPSS Uji Multikolinieritas.....	25/45
10.	Output SPSS Uji Autokorelasi.....	26/45
11.	Output SPSS Analisis Koefisien Korelasi.....	27/45
12.	Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	28/45
13.	Output SPSS Uji Parsial (Uji T) dan Uji Simultan (Uji F).....	29/45
14.	Daftar Nilai R-tabel.....	30/45
15.	Daftar Nilai T-tabel.....	33/45
16.	Daftar Nilai F-Tabel.....	38/45
17.	Daftar Nilai DW-Tabel.....	40/45
18.	Surat Tugas.....	41/45
19.	Pengajuan Judul Skripsi.....	41/45
20.	Persetujuan Judul Skripsi.....	42/45
21.	Surat Tugas.....	42/45
22.	Catatan Konsultasi Pembimbing I.....	43/45
23.	Catatan Konsultasi Pembimbing II.....	44/45
24.	Daftar Riwayat Hidup.....	45/45

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam perkembangan dunia modern dan globalisasi saat ini persaingan di dunia bisnis semakin tajam, semakin banyaknya unit usaha baru yang di rintis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Fenomena tersebut di ikuti dengan pesatnya perkembangan perusahaan jasa pengiriman barang atau jasa kurir. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang para pelaku usaha bisnis terutama dibidang online atau usaha lainnya, karena dapat mengirim barang kepada pelanggan baik yang berada didekat lokasi maupun diluar daerah operasional perusahaan atau usaha tersebut, sehingga dapat memperluas usaha mereka dan otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan.

Harga dan pelayanan menjadi salah satu tolak ukur konsumen untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut terutama dibidang pengantaran paket atau jasa kurir. Keputusan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Konsumen adalah suatu aset berharga yang harus dipertahankan oleh perusahaan agar tetap bertahan menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan, hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak usaha perusahaan untuk mempertahankan konsumen tetap mereka, biasanya perusahaan menggunakan

berbagai macam cara salah satunya melalui harga dan layanan yang bisa bersaing dengan perusahaan pesaing lainnya. Biasanya harga yang bagus dan layanan yang memuaskan dapat mempertahankan konsumen agar menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan terus menerus.

Untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain. Dalam persaingannya dengan perusahaan jasa pengiriman lainnya. PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana) telah memberikan pelayanan maksimal kepada para pelanggannya. Walaupun Wahana merupakan unit usaha baru dibidang jasa kurir tapi Wahana dapat bersaing dengan perusahaan jasa lainnya dan sudah mendapatkan tempat tersendiri di pelanggannya. Secara umum dapat dikatakan bahwa pada dasarnya keinginan para pelanggan yang berhubungan dengan jasa pengiriman adalah mengharapkan suatu yang lebih baik dan bermanfaat yaitu cepatnya kedatangan barang yang dikirim dan amannya pengiriman barang. Sebagai gambaran dapat dikemukakan pertimbangan-pertimbangan pelanggan yang berhubungan dengan perusahaan pengiriman barang antara lain: cepatnya pengiriman barang, lokasi, menyangkut kemudahan jangkauan, pelayanan, menyangkut perlakuan yang diterima, keselamatan atau keamanan akan barang.

Dan ada juga penelitian yang dilakukan oleh Atin Muntholimah (2014) bahwa naik turunnya loyalitas penggunaan jasa PT. JNE surabaya ditentukan oleh seberapa baik citra perusahaan di benak konsumen.

Tabel 1.1

Tarif Harga Beberapa Jasa Pengiriman di Indonesia

Jasa Pengiriman	Harga
Jasa Pengiriman Reguler J&T	Rp 10.000
Jasa Pengiriman Reguler JNE	Rp 9.000
Jasa Pengiriman Reguler POS	Rp 8.500
Jasa Pengiriman Reguler Wahana	Rp 5.000

Sumber : <https://berdu.id/cek-ongkir> , 2018

Dari data tabel diatas harga pengiriman yang ditawarkan jasa pengiriman Wahana dan jasa pengiriman lain bervariasi. J&T menempati urutan pertama yang menawarkan harga jasa pengiriman yang relatif lebih tinggi dibandingkan jasa pengiriman lainnya. Sedangkan jasa pengiriman Wahana menempati urutan keempat dengan menawarkan harga lebih rendah dibandingkan jasa pengiriman J&T, JNE dan POS. Setiap konsumen pasti akan memilih jasa pengiriman yang menawarkan harga rendah dan estimasi yang cepat. Harga jasa pengiriman Wahana relatif lebih rendah dibandingkan jasa pengiriman lainnya. Perusahaan mengusahakan harga dan estimasi pengiriman yang semaksimal mungkin memberikan value bagi konsumen.

Kualitas pelayanan pada agen Wahana Radio Dalam yang telah diteliti oleh peneliti, jumlah pegawai yang melayani konsumen masih kurang memadai. Konsumen yang kurang puas dengan pelayanan di agen Wahana Radio Dalam juga dapat didukung dengan adanya keluhan dan komplain konsumen. Beberapa

hal yang biasa dikeluhkan oleh konsumen antara lain, barang yang tidak sampai ke tempat alamat tujuan dan barang sampai ke alamat tujuan tetapi tidak tepat waktu. Konsumen yang biasa lebih banyak menggunakan jasa pengiriman Wahana adalah Online Shop.

Tabel 1.2

Konsumen yang Menggunakan Jasa Pengiriman Wahana
di Agen Radio Dalam secara Berulang pada Bulan September, Oktober,
November, Desember, dan Januari 2017-2018

September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
120 Orang	120 Orang	117 Orang	150 Orang	114 Orang	120 Orang

Sumber : Karyawan Wahana, 2018

Konsumen yang menggunakan jasa pengiriman Wahana di Agen Radio Dalam secara berulang pada bulan September, Oktober, November, Desember, Januari, dan Februari 2017-2018 tidak memiliki angka pengguna jasa pengiriman yang tetap. Setiap bulannya memiliki penurunan ataupun kenaikan, karena konsumen tidak selalu melakukan pengiriman di agen Wahana Radio Dalam. Ketika pengguna jasa pengiriman sedang mengalami kenaikan dapat terjadi karena event hari raya dan hari belanja online nasional, sehingga para konsumen Online Shop banyak melakukan pengiriman menggunakan jasa pengiriman Wahana.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hendra Fure (2013) tentang lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh

signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. Dan dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada pasar tradisional.

Hasil yang didapat dari hasil penelitian diatas sama dengan penelitian Dessy Amalia Fristiana (2012), dan sama dengan penelitian Jackson R.S (2013), yang sama sama menunjukkan hasil positif dan signifikan.

Kemudian ada penelitian lain yang dilakukan oleh Ari Prasetyo (2012) tentang pengaruh pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian. Faktor penentu kepuasan pelanggan diantaranya adalah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan pada PT. TIKI cabang semarang secara parsial dan simultan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pelanggan PT. TIKI cabang semarang secara parsial dan simultan. Dan dari penelitian tersebut dapat disimpulkan kualitas pelayanan PT. TIKI semarang termasuk katagori tinggi. Dan kualitas pelayanannya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. TIKI cabang semarang.

Hal ini sama dengan peneliti Ari Prasetyo (2012), dan sama dengan Woro Madikawati (2013) yang menunjukkan hasil positif dan signifikan bahwa kedua penelitian tersebut tidak mengalami kendala saat penelitian dilakukan dan responden menilai baik pada kedua penelitian tersebut.

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dengan objek dan judul yang berbeda. Dan seberapa besar kualitas pelayanan dan harga bisa berpengaruh

terhadap loyalitas konsumen, dan kelangsungan hidup perusahaan tersebut, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi loyalitas konsumen, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Wahana Prestasi Logistik (Wahana) Radio Dalam”**.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian, maka masalah yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saat terjadi penurunan pengguna jasa pengiriman Wahana, ada kalanya kenaikan yang tidak signifikan.
2. Ada persaingan harga dengan jasa pengiriman lain, namun jasa pengiriman Wahana lebih murah dibanding jasa pengiriman yang lain.
3. Kualitas pelayanan yang diberikan masih belum maksimal.

1.2.2 Pembatasan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan. Dalam penelitian ini terdapat variabel yang akan di bahas: Variabel X_1 (Harga), X_2 (Pelayanan), dan Y (Loyalitas Konsumen). Objek penelitian adalah konsumen pengguna jasa Wahana. Agar dalam pembahasan tidak terlalu meluas, maka penulis perlu membatasi masalah. X_1 berpengaruh terhadap Y , X_2 berpengaruh terhadap Y , X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y , baik secara parsial maupun secara simultan.

1.2.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh harga dan pelayanan perusahaan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen PT. Wahana.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan PT. Wahana terhadap loyalitas konsumen PT. Wahana.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan terhadap konsumen PT. Wahana.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis (Mahasiswa)

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai perbandingan antara ilmu yang sifatnya teori yang diperoleh selama kuliah dengan kenyataan penerapannya di dunia bisnis. Serta dapat memberikan gambaran yang pasti tentang kegiatan usaha di PT. Wahana Prestasi Logistik, yang secara tidak langsung dapat menimbulkan jiwa kewirausahaan penulis.

2. Bagi Perusahaan (PT. Wahana Prestasi Logistik)

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi yang bermanfaat dan sabagai bahan masukan untuk Wahana.

3. Bagi Pembaca

Sebagai panduan tertulis untuk pembaca dalam mengerjakan skripsi, dapat dijadikan bahan perbandingan antara ilmu yang bersifat teori yang diperoleh selama kuliah dengan kenyataan penerapannya dalam dunia usaha

4. Bagi Universitas

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari . (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Amstrong, Kotler. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall ywelfth edition*. England: Pearson Education. Inc.
- Fristiana, Amalia, Dessy. (2012). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi. Vol. 1, No. 1.
- Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Secara Bersama Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 1, No. 3.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2012). *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20”*. Semarang: UNDIP.
- Grewal dan Levy. (2014). *American Marketing Associantion (AMA)*.
- Hamad Saleem, Naintara Sarfiaz.R. (2014). *The Implact of Service Quality on Customer Satisfaction, Cosumer Loyalty an Brand Image*. Internasional Journal of Bussines and Management. Vol. 16, Issue Ver. VI. 2.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Managemen Edisi 14*. Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kotler Philip, dan Gray Amsrong. (2012). *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan (2016). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. USA: Willey.

- Muntholimah, Atin. (2014). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa JNE Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 3, No. 10.
- Mursid, M, Drs. (2014). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Oentoro, Deliyanti , (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Prasetyo, Ari. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Manajemen Analysis Journal, Vol. 1, No. 1.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemmasaran*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CAPS.
- Saladin, Djaslim, (2012). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan Unsur-unsur Pemasaran*. CV. Linda Karya, Bandung.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan*. Jurnal Penelitian. ed: I. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung :Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif dan R&D)*, Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Service manajemen Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi offset.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Gramedia Cawang.
- Tim Penyusun, 2014. *Pedoman Penyusunan Skripsi.(Edisi Revisi)*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
- Weena R.S Jackson. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bad Comforta*. Jurnal EMBA, Vol. 1, No.4.

Woro, Madikawati dan Naili Varida. (2013). *Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi*. Jurnal Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro. Vol. 2, No. 1.

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

