

**ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso)

TESIS

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM)
pada program studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas
Muhammadiyah Jember**



Oleh :

Mohammad Krisna Murti Pangestu

1920412012

ROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2021

**ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Kasus Pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso)

TESIS

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM)
pada program studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas
Muhammadiyah Jember**



Oleh :

Mohammad Krisna Murti Pangestu

1920412012

ROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul :

**ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso)

Yang disusun Mohammad Krisna Murti Pangestu telah disetujui untuk dipertahankan di
depan Tim Penguji Pada tanggal 19 Juli 2021



Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Dr. Poni Herlambang, SE, MM
NPK. 06 03 425

Dr. Ni Nyoman Hutu Martini G, SE, MM
NPK. 82 03 499

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara langsung maupun tidak langsung pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan melalui loyalitas sebagai variabel intervening pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso. Jumlah sampel penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan Teknik purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) dengan menggunakan WarpPLS 5.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa (1) promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, (3) kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas, (4) pengaruh tidak langsung dari promosi terhadap variabel kepuasan nasabah melalui variabel intervening loyalitas nasabah dengan nilai pengaruhnya adalah negatif dan tidak signifikan. (5) pengaruh tidak langsung dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah melalui variabel intervening loyalitas nasabah dengan nilai pengaruhnya adalah negatif dan tidak signifikan.

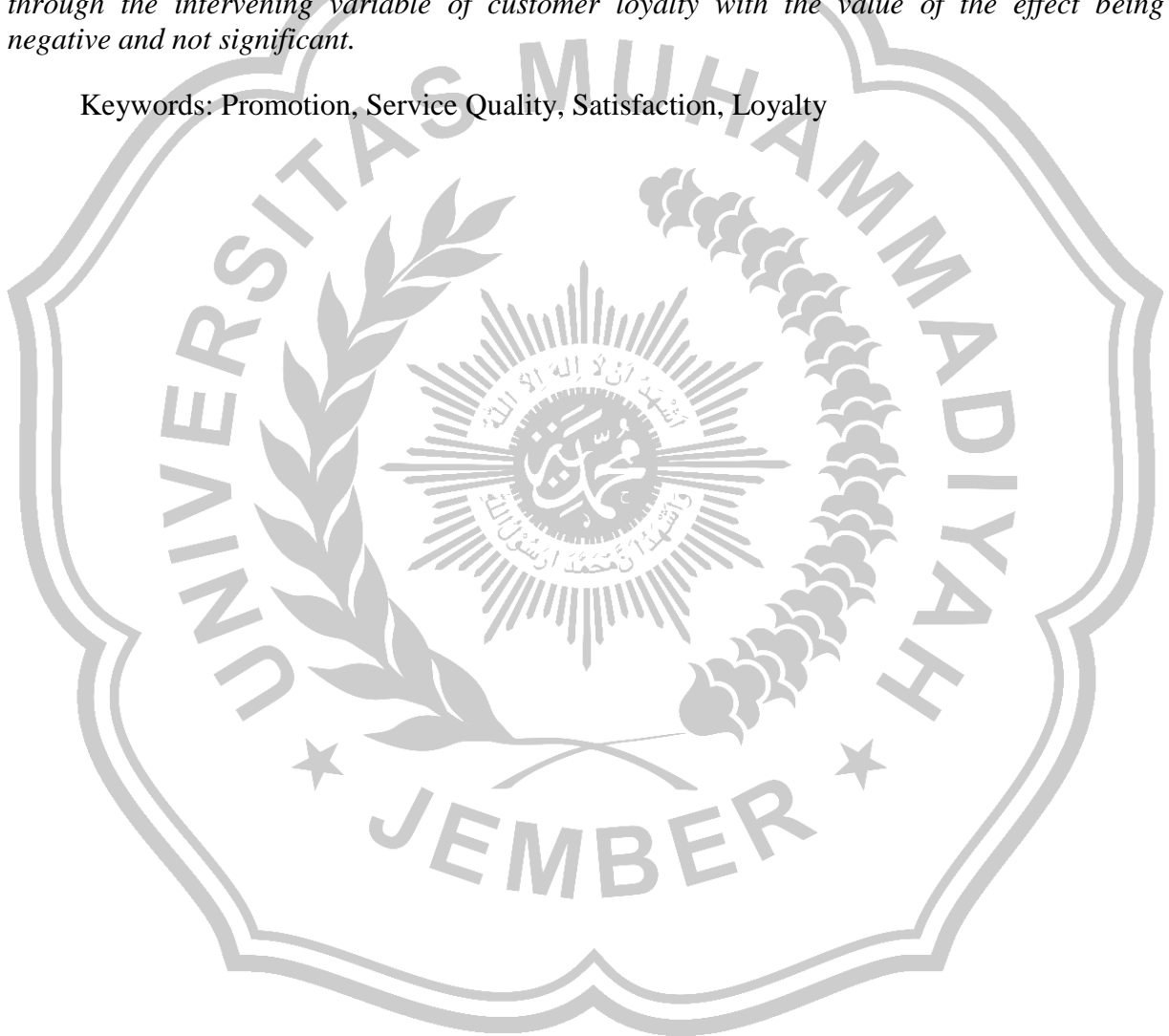
Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine directly or indirectly the effect of promotion and service quality on satisfaction through loyalty as an intervening variable at PT Pegadaian (Persero) Bondowoso Branch Office. The number of samples in this study was 100 people using purposive sampling technique. The analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) using WarpPLS 5.0. The results of data analysis show that (1) promotion and service quality have a positive and significant effect on satisfaction, (2) promotion has a positive and significant effect on satisfaction, (3) service quality has no significant effect on loyalty, (4) indirect effect of promotion on customer satisfaction variable through intervening variable customer loyalty with the value of the effect is negative and not significant. (5) the indirect effect of the service quality variable on customer satisfaction through the intervening variable of customer loyalty with the value of the effect being negative and not significant.

Keywords: Promotion, Service Quality, Satisfaction, Loyalty



KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah penulis haturkan kehadirat Allah SWT. Karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul ANALISIS PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Study Kasus Pada PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso).

Tesis ini berisi penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah PT Pegadaian Kantor Cabang Bondowoso. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam menyelesaikan tesis ini.

Dalam penyusunan tesis ini penulis telah memperoleh bantuan, bimbingan dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Dr. Abadi Sanosra, SE, MM selaku Direktur program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, SE, MM selaku Ketua Program Studi sekaligus pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan masukan atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis
4. Dr. Toni Herlambang, SE, MM selaku pembimbing utama yang telah berkontribusi memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang di harapkan.
5. Ibu Dr. Arik Susbiyani. M.Si selaku Ketua Penguji yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang berarti untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember. Mengingat keterbatasan sebagai manusia, penulis mengharapakan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan tesis ini dan akhir kata semoga tesis ini berguna bagi pembaca dan peneliti yang akan datang.
7. PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Bondowoso.

8. Rekan- rekan peserta Program Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember khususnya angkatan 2019/2020 yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, motivasi, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran, dan semangat sehingga penulis dapat ,menyelesaikan tesisi ini.
9. Semua pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Sebagai manusia penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa hal yang kurang berkenan dalam pengerjaan tesis ini harap dimaafkan dan semoga ini bermanfaat dan dapat digunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 19 Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDULI	ii
PERNYATAAN PENULIS.....	iii
PERSETUJUAN BIMBINGAN	iv
PENGESAHAN TESIS	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian.....	8
Bab 2 :Kajian Teori dan Hipotesis.....	10
2.1 Grand Theory.....	10
2.1.1 Pemasaran	13
2.1.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3 Promosi	17
2.1.3.1 Jenis-jenis Promosi	18
2.1.3.2 Manfaat Promosi.....	20
2.1.4 kepuasan.....	20
2.1.5 Loyalitas Konsumen	23

2.2	Penelitian Terdahulu	25
2.3	Perumusan Hipotesis	59
2.3.1	Promosi Berpengaruh Terhadap Kepuasan.....	59
2.3.2	Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas	60
2.3.3	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan	61
2.3.4	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas.....	62
2.3.5	Kepuasan Berpengaruh Terhadap Loyalitas	63
2.3.6	Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan	63
2.3.7	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan	64
2.4	Kerangka Konseptual.....	65
Bab 3 : Metode Penelitian		67
3.1	Identifikasi Variabel	67
3.2	Definisi Operasional	68
3.3	Teknik Pengumpulan Data	69
3.4	Populasi dan Sampel.....	69
3.4.1	Populasi.....	69
3.4.2	Sampel	70
3.5	Teknik Analisa Data.....	70
3.5.1	Analisa Outer Model.....	71
3.5.2	Analisa Inner Model	73
Bab 4 : Hasil Penelitian dan Pembahasan.....		74
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	74
4.1.1	Gambaran Umum Penelitian.....	74
4.2	Karakteristik Responden	75
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2.2	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan.....	76
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	78
4.3.1	Variabel Promosi (X1).....	78
4.3.2	Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	79
4.3.3	Variabel Loyalitas Nasabah (Z)	80

4.3.4	Variabel Kepuasan (Y)	81
4.4	Hasil Analisis Data	82
4.4.1	Evaluasi <i>Outer Model</i>	82
4.4.1.1	Uji Validitas	82
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	84
4.4.2	Evaluasi <i>Inner Model</i>	84
4.4.2.1	Uji Hipotesis	84
4.4.3	Rangkuman Uji Hipotesis	90
4.5	Pembahasan	91
4.5.1	Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah	91
4.5.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah	92
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	93
4.5.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	94
4.5.5	Pengaruh Loyalitas Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah	95
4.5.6	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Loyalitas nasabah	96
4.5.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Melalui Loyalitas nasabah	97
Bab 5	: Kesimpulan dan Saran	98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Keterbatasan Penelitian	98
5.3	Saran	99
5.3.1	Saran Untuk Akademisi	99
5.3.2	Saran Praktisi	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105

Daftar Tabel

Tabel	Hal
1.1 Data Pengunjung PT Pegadaian Cabang Bondowoso	5
2.1 Eti Sarah (2018)	25
2.2 Heri Setiawan, Maria Magdalena, dan Aziz Fathoni (2016)	26
2.3 Syafira Ulfa (2018)	27
2.4 Sofiyanti Nurul Hidayah (2019)	28
2.5 Fandi Sam Montolalu, Lisbeth Mananeke, Sem George Oroh (2015)	29
2.6 Vina Agustina (2012)	30
2.7 Aprilliainia Fardiani (2013)	31
2.8 Novianti, Endri, Dan Darlius (2018)	32
2.9 Muhammad Muhlisin, S.L.H.V Joyce Lopian Arrazi Hasan Jan (2018)	33
2.10 Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, Andriani Kusumawati (2013)	34
2.11 Rosi Nur Afifah (2014)	35
2.12 Elva Masto Atu Rosada (2019)	36
2.13 M. Zulham Efendy (2014)	37
2.14 Nurmin Arianto (2019)	38
2.15 I Made Adi Juniantara, Tjokorda Gede Raka Sukawati (2018)	39
2.16 Tulandi Riry Anggia Lotje Kawet Imelda Ogi (2015)	40
2.17 Heri Susilo, Andi Tri Haryono SE MM, Moh Mukery W S.Ag MM (2018)	41
2.18 Kustiadi Basuki dan Noviana Devi (2016)	42
2.19 Dibyo Iskandar (2012)	43
2.20 Daniel Septian (2020)	44
2.21 Rendy Gulla, Sem George Oroh, Ferdy Roring (2015)	45
2.22 Bagus Handoko (2017)	46
2.23 Penelitian Tamu Rambu Makamuri (2018)	47
2.24 Penelitian Ping-Lung Huang (2017)	48
2.25 Penelitian Taeshik Gong (2018)	49

2.26	Penelitian Gito Suseno, Muchsin Muthohar (2018)	50
2.27	Penelitian Dyah Adhisti Pastikarani, Sri Rahayu Tri Astuti (2016).....	51
2.28	Penelitian Syafieq Fahlevi Almassawa (2018)	52
2.29	Penelitian Eka Candra Indriyani (2017)	53
2.30	Penelitian Ginanjar Pratama (2018).....	54
2.31	Penelitian Sinaga, A. R., dan Sutrisna, E. (2016).....	55
2.32	Penelitian Nurul Qomariah (2012)	56
2.33	Penelitian Conny Sondakh (2014).....	57
2.34	Penelitian Dhita Tresiya; Djunaidi; Heri Subagyo (2018)	58
2.35	Ardiyanto, R. B. (2014).....	59
3,1	Definisi Operasional.....	68
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	76
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	77
4.4	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Promosi (X1).....	78
4.5	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	79
4.6	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	80
4.7	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Loyalitas (Z).....	82
4.8	Combine loading and cross-loading	83
4.9	Perbandingan Akar Dari AVE dengan Korelas antar Variabel	83
4.10	Uji Reliabilitas	84
4.11	Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	85
4.12	Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	86
4.13	Total Effects.....	87
4.14	Uji Model Penelitian.....	89
4.15	Rangkuman hasil Uji Hipotesis	91

Daftar Gambar

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Konseptual.....	66
4.1 Hasil Analisis Jalur.....	88

