

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

(Studi Pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi)

TESIS

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



Oleh :
HAIRUN NIKMAH

1920412054

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HAIRUN NIKMAH
NIM : 1920412054
Prodi : Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah
Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa Tesis yang berjudul: PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi) adalah hasil karya saya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 15 Januari 2022

Yang menyatakan,



Hairun Nikmah
1920412054

TESIS

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi Pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi)

Oleh :

HAIRUN NIKMAH
1920412054

Pembimbing:

Pembimbing Utama



Dr. Arik Susbiyani, M.Si
NPK. 01 09 289

Pembimbing Anggota



Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE, MM
NPK. 02 03 499

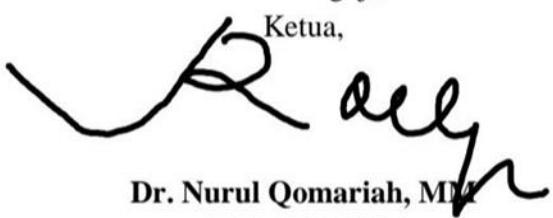
PENGESAHAN

Tesis berjudul: *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi)* telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 15 Januari 2022
Tempat : Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Pengaji,

Ketua,



Dr. Nurul Qomariah, MM

NPK. 03 06 426

Anggota 1



Dr. Arik Susbiyani, M.Si
NPK. 01 09 289

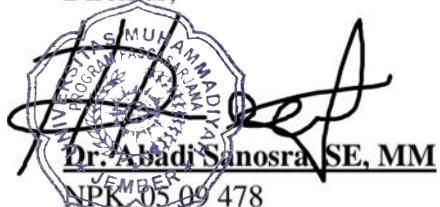
Anggota 2



Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE, MM
NPK. 02 03 499

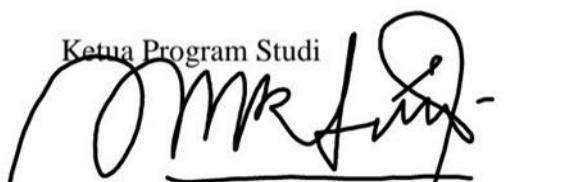
Mengesahkan:

Direktur,



Dr. Abadi Sanosra, SE, MM
NPK. 05 09 478

Ketua Program Studi



Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE, MM
NPK. 02 03 499

MOTTO

“Yakinlah setiap perbuatan akan kembali kepada diri kita sendiri, maka fokuslah untuk berfikir baik, berkata baik, berbuat baik dan berhati baik.”

(Hairun Nikmah)



PERSEMPAHAN

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih sayangNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis mempersembahkan dengan sepenuh hati tesis ini kepada:

1. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember
2. Tempat aku mendapatkan banyak pelajaran hidup, Pemkab Banyuwangi
3. Suamiku tercinta Danang Midianto yang selalu memberikan nasehat, perhatian, dan motivasi dalam hidupku, Ibuku Susiani yang selalu memberikan perhatian Tulus dan Doa yang tiada henti, Ibu Miatun, kakakku Arief Rahman Hakim dan Hairun Nisa serta ketiga buah hatiku Dien, Riffat dan Rafli yang telah memberikan kebahagiaan.
4. Rekan kerjaku yang sudah seperti keluarga di Pemkab Banyuwangi yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu saling mendukung dan membantu disetiap kesulitan.
5. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2019/2020 yang telah menciptakan sebuah persahabatan, yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, kritikan, motivasi, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran, dan semangat dalam suka maupun duka.
6. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT terucap atas segala karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi pada Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi)”

Tesis ini berisi penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan Dealer Honda Banyuwangi Motor Kabupaten Banyuwangi. 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.

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang berada di sekitar penulis, oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan S2.
2. Dr. Abadi Sanosra, SE, MM selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang banyak memberikan saran atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Dr. Ni Nyoman Putu Martini, SE, MM selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, Dr. Arik Susbiyani, M.Si, dan Dr. Nurul Qomariah, MM yang telah memberikan pencerahan, semangat serta motivasi yang sangat besar dalam penyelesaian tesis ini.

4. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Administrasi Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan transfer ilmu pengetahuan dan membantu memberikan informasi serta penyiapan sarana sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Willy Suryono selaku Direktur Dealer Honda Banyuwangi Motor yang telah memberikan izin penelitian dalam tesis ini.
6. Suamiku tercinta Danang Midianto yang selalu memberikan nasehat, perhatian, dan motivasi dalam hidupku, Ibuku Susiani yang selalu memberikan perhatian Tulus dan Doa yang tiada henti, Ibu Miatun, kakakku Arief Rahman Hakim dan Hairun Nisa serta ketiga buah hatiku Dien, Riffat dan Rafli yang telah memberikan kebahagiaan dalam hidupku.
7. Rekan kerjaku yang sudah seperti keluarga di Pemkab Banyuwangi yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang selalu saling mendukung dan membantu disetiap kesulitan.
8. Seluruh rekan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember, khususnya angkatan 2019/2020 yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, kritikan, motivasi, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

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

Jember, 15 Januari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN TESIS	iv
PENGESAHAN TESIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Tinjauan Teori	10
2.1.1. <i>Grand Theory</i>	10
2.1.2. Bauran Pemasaran	12
2.1.3. Harga	15
2.1.4. Promosi	18
2.1.5. Kualitas Pelayanan	20
2.1.6. Kepuasan Pelanggan	27
2.1.7. Loyalitas Pelanggan	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Konseptual	77
2.4 Pengembangan Hipotesis	79
2.4.1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	79
2.4.2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	80
2.4.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	81
2.4.4. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	82
2.4.5. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	83
2.4.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	84
2.4.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	85
2.4.8. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan	86
2.4.9. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan	87

2.4.10 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan	88
BAB III METODE PENELITIAN	89
3.1 Desain Penelitian	89
3.2 Fokus Penelitian	90
3.3 Variabel Penelitian	90
3.4 Definisi Operasional	91
3.5 Jenis dan Sumber Data	98
3.6 Populasi dan Sampel	99
3.7 Teknik Pengumpulan Data	100
3.8 Teknik Pengolahan Data.....	101
3.9 Teknik Analisis.....	102
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	106
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	106
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian	106
4.2 Statistik Deskriptif Responden	109
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	109
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	109
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	110
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Honda	110
4.2.5Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan Dealer Banyuwangi Motor	111
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Honda yang Paling Disukai	112
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	112
4.3.1. Variabel Harga	112
4.3.2. Variabel Promosi.....	115
4.3.3. Variabel Kualitas Pelayanan	117
4.3.4. Variabel Kepuasan Pelanggan	120
4.3.5. Variabel Loyalitas Pelanggan	122
4.4 Hasil Analisa Data.....	124
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	124
4.4.2 Evaluasi <i>Inner Model</i>	126
4.4.3 Rangkuman Uji Hipotesis	135
4.5 Pembahasan	137
4.5.1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	137
4.5.2. Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	137
4.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	138
4.5.4. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	140
4.5.5. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	141
4.5.6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	142
4.5.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	143
4.5.8. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	

melalui kepuasan Pelanggan	144
4.5.9. Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan Pelanggan	145
4.5.10.Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan Pelanggan.....	146
BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	147
5.1 Kesimpulan	147
5.2 Keterbatasan Penelitian	148
5.3 Saran	148

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data penjualan motor Honda	6
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu Nasrul dan Zulkifli (2019)	37
Tabel 2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu Qomariah (2012).....	38
Tabel 2.3	Tinjauan Penelitian Terdahulu Sutanto dan Japarianto (2013)	39
Tabel 2.4	Tinjauan Penelitian Terdahulu Hariyati (2013).....	40
Tabel 2.5	Tinjauan Penelitian Terdahulu Purnamasari dan Madiawati (2014)	41
Tabel 2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu Khoirulloh dan Haryono (2016).....	42
Tabel 2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu Yaqin dan Ilfitriah (2014)	43
Tabel 2.8	Tinjauan Penelitian Terdahulu Laely (2016)	44
Tabel 2.9	Tinjauan Penelitian Terdahulu Wibawa dkk (2014).....	45
Tabel 2.10	Tinjauan Penelitian Terdahulu Nastiti dan Astuti (2019).....	46
Tabel 2.11	Tinjauan Penelitian Terdahulu Sari dan Budiatmo (2016).....	47
Tabel 2.12	Tinjauan Penelitian Terdahulu Azazi dkk (2019).....	48
Tabel 2.13	Tinjauan Penelitian Terdahulu Anggraini dan Budiarti (2020).....	49
Tabel 2.14	Tinjauan Penelitian Terdahulu Dennisa dan Santoso (2016)	50
Tabel 2.15	Tinjauan Penelitian Terdahulu Makamuri (2018)	51
Tabel 2.16	Tinjauan Penelitian Terdahulu Hastary dkk (2019)	52
Tabel 2.17	Tinjauan Penelitian Terdahulu Fachreza dan Widayanto (2016)	53
Tabel 2.18	Tinjauan Penelitian Terdahulu Sulistyadi (2016).....	54
Tabel 2.19	Tinjauan Penelitian Terdahulu Octavia (2019)	55
Tabel 2.20	Tinjauan Penelitian Terdahulu Abdur Rokhim dkk (2019).....	56
Tabel 2.21	Tinjauan Penelitian Terdahulu Nardiman, Yasri (2015)	57
Tabel 2.22	Tinjauan Penelitian Terdahulu Kurniasih (2012)	58
Tabel 2.23	Tinjauan Penelitian Terdahulu Kamaru dan Kurniati (2017).....	59
Tabel 2.24	Tinjauan Penelitian Terdahulu Triwahyudi dan Sumarni (2017).....	60
Tabel 2.25	Tinjauan Penelitian Terdahulu Ganjar dan Halilintar (2017).....	61
Tabel 2.26	Tinjauan Penelitian Terdahulu Juniantara dan Sukawati (2018)	62
Tabel 2.27	Tinjauan Penelitian Terdahulu Ahsanul Khuluq dkk (2016).....	63
Tabel 2.28	Tinjauan Penelitian Terdahulu Choiriah dan Liana (2019)	64
Tabel 2.29	Tinjauan Penelitian Terdahulu Putra dan Suryoko (2017)	65
Tabel 2.30	Tinjauan Penelitian Terdahulu Suastini dan Mandala (2019)	66
Tabel 2.31	Tinjauan Penelitian Terdahulu Darmawan dan Ekawati (2017)	67
Tabel 2.32	Tinjauan Penelitian Terdahulu Wijayanti dan Wahyono (2015)	68
Tabel 2.33	Tinjauan Penelitian Terdahulu Rizky Subhan dkk (2019)	69
Tabel 2.34	Tinjauan Penelitian Terdahulu Iriyanti dan Qomariah (2016)	70
Tabel 2.35	Tinjauan Penelitian Terdahulu Rendy Gulla dkk (2015).....	71
Tabel 2.36	Tinjauan Penelitian Terdahulu Diasari dan Oetomo (2016).....	72
Tabel 2.37	Tinjauan Penelitian Terdahulu Indra Yulianto dkk (2016)	73
Tabel 2.38	Tinjauan Penelitian Terdahulu Wardani dkk (2016)	74
Tabel 2.39	Tinjauan Penelitian Terdahulu Wan-Ping Pi, Huang (2011).....	75
Tabel 2.40	Tinjauan Penelitian Terdahulu Diah Yulisetiarini (2014)	76

Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	109
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Usia	109
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pendidikan	110
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Honda.	110
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	111
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Produk Honda yang Paling Disukai	112
Tabel 4.7	Distribusi Responden atas Jawaban Variabel Harga	113
Tabel 4.8	Deskripsi Statistik Variabel Harga	114
Tabel 4.9	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Promosi	115
Tabel 4.10	Deskripsi Statistik Variabel Promosi	117
Tabel 4.11	Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	117
Tabel 4.12	Deskripsi Statistik Variabel Kualitas Pelayanan	119
Tabel 4.13	Distribusi Responden atas Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan	120
Tabel 4.14	Deskripsi Statistik Variabel Kepuasan Pelanggan	121
Tabel 4.15	Distribusi Responden atas Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	122
Tabel 4.16	Deskripsi Statistik Variabel Loyalitas Pelanggan	123
Tabel 4.17	<i>Combined Loadings and Cross Loadings</i>	124
Tabel 4.18	Nilai AVE dari masing-masing variabel	125
Tabel 4.19	Uji Reliabilitas.....	126
Tabel 4.20	Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	127
Tabel 4.21	Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	130
Tabel 4.22	<i>Total Effects</i>	131
Tabel 4.23	Uji Model Penelitian	133
Tabel 4.24	Koefisien Determinasi	135
Tabel 4.25	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	136

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Trend Total <i>Market Share</i> Banyuwangi	5
Gambar 2.1	<i>Grand Theory</i>	10
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	77
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Dealer Honda Banyuwangi Motor	108
Gambar 4.2	Hasil Analisis Jalur.....	133

