

**PENGARUH *PRECEIVED VALUE* DAN *SERVICES QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Suatu Studi pada Pelanggan Toserba Gunasalma)**

DRAF SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

ERI ROMDONI
NIM. 3402180565



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Penelitian.....	7
1.2.1 Identifikasi Penelitian	6
1.2.2 Rumusan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen (<i>Grand Theory</i>).....	10
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	11
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen	12
2.1.1.3 Dasar-Dasar Manajemen	13
2.1.1.4 Asas-Asas Manajemen	14
2.1.1.5 Unsur-Unsur Manajemen	14
2.1.1.6 Tingkatan Manajemen	15
2.1.1.7 Bidang-Bidang Manajemen.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	18

2.1.2.3	Tujuan Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.2.4	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	20
2.1.2.5	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	21
2.1.3	<i>Preceived Value</i>	23
2.1.3.1	Pengertian <i>Preceived Value</i>	23
2.1.3.2	Indikator <i>Preceived Value</i>	24
2.1.4	<i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	25
2.1.4.1	Pengertian <i>Services Quality</i>	25
2.1.4.2	Prinsip-Prinsip <i>Services Quality</i>	27
2.1.4.3	Perspektif <i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan) .	28
2.1.4.4	Indikator <i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan)...	29
2.1.5	Loyalitas Pelanggan.....	30
2.1.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	30
2.1.5.2	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	31
2.1.5.3	Kelompok Loyalitas Pelanggan.....	32
2.1.5.4	Indikator Loyalitas Pelanggan	33
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan	33
2.2	Kerangka Pemikiran	38
2.2.1	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan .	38
2.2.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan...	40
2.2.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3	Hipotesis Penelitian.....	43
BAB III METODE PENELITIAN		45
3.1	Metode Penelitian yang digunakan	45
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	47
3.2.1	Definisi Variabel.....	48
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	49
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	51
3.3.1	Populasi Penelitian.....	51
3.3.2	Sampel Penelitian	52

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1 Sumber Data	53
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Teknik Analisa Data.....	55
3.5.1 Analisis Deskriptif	56
3.5.2 Analisis Asosiatif.....	58
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	68
3.6.1 Tempat Penelitian	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1. Hasil Penelitian	69
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1.1. Profil Toserba Gunasalma	69
4.1.1.2. Visi dan Misi Toserba Gunasalma Kawali.....	70
4.1.1.3. Struktur Organisasi Toserba Gunasalma Kawali .	71
4.1.1.4 Karakteristik Responden	73
4.1.2. Deskripsi Variabel.....	76
4.1.3 Pengujian Hipotesis.....	104
4.1.3.1. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pelanggan Toserba Gunasalma Kawali	104
4.1.3.2. Pengaruh <i>Services Quality</i> Terhadap Loyalitas pada Pelanggan Toserba Gunasalma Kawali	112
4.1.3.3. Pengaruh <i>Perceived Value</i> dan <i>Services Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toserba Gunasalma Kawali	119
4.2. Pembahasan.....	130
4.2.1. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali	130
4.2.2. Pengaruh <i>Services Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali	131

4.2.3. Pengaruh <i>Preceived Value</i> dan <i>Services Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	135
5.1. Kesimpulan	135
5.2. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Loyalitas Pelanggan	2
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey <i>Preceived Value</i>	4
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	49
Tabel 3.2 Data Pelanggan Toserba Gunasalma 1 Kawali Selama Satu Minggu	51
Tabel 3.3 Skala Likert	55
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien korelasi X1 terhadap Y	59
Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien korelasi X2 terhadap Y	62
Tabel 3.6 Jadwal Kegiatan Penelitian	68
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	74
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	75
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel 4.4 Pedoman Interpretasi	77
Tabel 4.5 Setiap Berkunjung Ke Gunasalma Pelanggan Selalu Merasa Senang	77
Tabel 4.6 Pelanggan Memiliki Perasaan Rileks Saat Berbelanja	78
Tabel 4.7 Pelanggan Merasa Bangga Setelah Belanja di Gunasalma.....	79
Tabel 4.8 Pelanggan Bersedia Menceritakan Pengalaman Ketika Berbelanja di Gunasalma Kepada Orang Lain	80
Tabel 4.9 Kualitas Layanan Yang Diberikan Kepada Pelanggan Sudah Sesuai dengan Harapan Pelanggan.....	80
Tabel 4.10 Karyawan Gunasalma Selalu Mengutamakan Kualitas Pelayanan yang Dijalankan Dengan Konsisten	81
Tabel 4.11 Karyawan Toserba Gunasalma Senantiasa Siap Ketika Dimintai Pertolongan Oleh Pelanggan.....	82
Tabel 4.12 Harga Beli Produk di Gunasalma Masuk Akal.....	82
Tabel 4.13 Harga Produk Sesuai dengan Kualitas yang Diterima Oleh Pelanggan	83
Tabel 4.14 Pelanggan Senang Berbelanja di Toserba Gunasalma Karena Produk yang Dijual Lebih Terjangkau Dibanding Tempat Lain	83
Tabel 4.15 Rekapitulasi <i>Preceived Value</i> pada Pelanggan di Toserba Gunasalma Kawali Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	84

Tabel 4.16 Interval Kriteria Penilaian.....	86
Tabel 4.17 Komunikasi Karyawan Dengan Pelanggan Sangat Baik.....	87
Tabel 4.18 Karyawan Selalu Memperhatikan Penampilan Agar Terlihat Rapi Dan Bersih	87
Tabel 4.19 Pegawai Memberi Perhatian Dalam Melayani Dan Memberikan Tanggapan Atas Keluhan Para Pelanggan	88
Tabel 4.20 Karyawan Selalu Peduli Memberikan Perhatian Secara Pribadi Kepada Pelanggan	89
Tabel 4.21 Jika Pelanggan Mengeluh Karyawan Sigap dalam Mencari Solusi	89
Tabel 4.22 Para Pegawai Sigap Untuk Ramah Pada Setiap Pelanggan yang Datang Berkunjung Ke Gunasalma	90
Tabel 4.23 Karyawan Mampu Dalam Memberikan Pelayanan yang Terbaik.	90
Tabel 4.24 Karyawan Mampu Dalam Menangani Kebutuhan Pelanggan dengan Cepat dan Benar	91
Tabel 4.25 Karyawan Dapat Diandalkan Ketika Pelanggan Meminta Bantuan	92
Tabel 4.26 Karyawan Memiliki Keahlian Teknis yang Baik	92
Tabel 4.27 Rekapitulasi Services Quality pada Toserba Gunasalma Kawali Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	93
Tabel 4.28 Interval Kriteria Penilaian.....	95
Tabel 4.29 Pelanggan Berbelanja di Gunasalma Lebih dari Dua Kali	95
Tabel 4.30 Pelanggan Selalu Membeli Produk yang Dibutuhkan di Gunasalma	96
Tabel 4.31 Pelanggan Membeli Semua Barang Atau Jasa yang Pelanggan Butuhkan di Gunasalma Secara Teratur.....	97
Tabel 4.32 Pelanggan Memilih Membeli Semua Barang Atau Jasa yang Pelanggan Butuhkan di Gunasalma Dibanding Ditempat Lain	97
Tabel 4.33Pelanggan Tidak Terpengaruh Belanja Ditempat Lain Karena Sudah Lama Berlangganan.....	97
Tabel 4.32 Pelanggan Memilih Membeli Semua Barang Atau Jasa yang Pelanggan Butuhkan di Gunasalma Dibanding Ditempat Lain	97
Tabel 4.33Pelanggan Tidak Terpengaruh Belanja Ditempat Lain Karena Sudah Lama Berlangganan.....	98

Tabel 4.34 Toserba Gunasalma Adalah Pilihan Pelanggan Dalam Membeli Produk yang Diinginkan.....	98
Tabel 4.35 Pelanggan Mendorong Orang Lain Agar Membeli Barang Atau Jasa di Toserba Gunasalma.....	99
Tabel 4.36 Pelanggan Bersedia Mencertikan Pengalaman Ketika Berbelanja di Gunasalma	100
Tabel 4.37 Pelanggan Tidak Mudah Terpengaruh untuk Berbelanja Ditempat Lain	100
Tabel 4.38 Pelanggan Selalu Memberi Tahu Hal Positif Kepada Orang Lain Ketika Berbelanja di Toserba Gunasalma.....	101
Tabel 4.39 Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan di Toserba Gunasalma Kawali Berdasarkan Kuesioner yang Disebar	102
Tabel 4.40 Interval Kriteria Penilaian.....	104
Tabel 4.41	105
Tabel 4.42 Interpretasi Koefisien Korelasi X Terhadap Y	108
Tabel 4.42 Nilai-Nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Variabel Services Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan	112
Tabel 4.43 Interpretasi Koefisien Korelasi X Terhadap Y	115
Tabel 4.43 Nilai-Nilai Perhitungan Regresi dan Korelasi Variabel Preceived Value dan Services Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	119
Tabel 4.44 Interpretasi Koefisien Korelasi X Terhadap Y	125
Tabel 4.45 Rekap Hasil Analisis Asosiatif	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian.....	3
Gambar 3.1	Langkah-langkah Penelitian.....	48
Gambar 4.1	Struktur Toserba Gunasalma.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

1. SURAT KETERANGAN PEMBIMBING
2. SURAT IJIN PENELITIAN
3. JAWABAN SURAT IJIN PENELITIAN
4. ANGKET PENELITIAN
5. JAWABAN RESPONDEN MENGENAI X1
6. JAWABAN RESPONDEN MENGENAI X2
7. JAWABAN RESPONDEN MENGENAI Y
8. TABEL NILAI t
9. Tabel Nilai F

DAFTAR PUSTAKA

- Anuwichanont, Jirawat dan Mechinda, Panisa. 2015. *The Impact of Perceived Value on Spa Loyalty and Its Moderating Effect of Destination Equity*. Journal of Business and Economics, Vol.7
- Agoes, Sukrisno. 2012. "Auditing: Petunjuk Praktis Pemeriksaan Akuntan oleh Akuntan Publik". Jilid 1, Edisi 4, Jakarta: Salemba empat.
- A.Usmara .2015. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books
- Fayol, Henry. *General and Industrial Management*. diterjemahkan oleh Constance Storrs, London: Ravenoi Books, 2016.
- Handoko, T. Hani. 2009. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Harmaily, B. 2019. *Analisis Pengaruh Kompetensi, Integritas Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Perantara (Studi pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Kalimantan Barat)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol 7, No 1 (2019)
<http://jurnal.untan.ac.id/index.php/jmdb/article/view/27739>
- M. Manullang, 2012. *Dasar-dasar Manajemen Bagi Pimpinan Perusahaan*. Jakarta. Gajah Mada Press
- M. Manullang (2018:2). *Dasar-dasar Manajemen, edisi revisi, setakan tujuh*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nitisemito, Alex S. 2016. *Manajemen Personalialia. Edisi Revisi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur Zazin. 2011. *Gerakan Menata Mutu Pendidikan: Teori dan Aplikasi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pranoto, Mujiagus. 2019. *Pengaruh Integritas dan Loyalitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Latexindo Toba Perkasa Binjai oleh Mujiagus Pranoto tahun 2019*. Skripsi. Rogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan
- Ratna Safitri (2018). *Pengaruh Loyalitas dan Integritas Karyawan Terhadap Prestasi Kerja Di PT. Duwa Atmimuda Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Muria Kudus
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. *Manajemen*. Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Jakarta. Erlangga
- Safroni, 2012. *Manajemen dan Reformasi Pelayanan Publik dalam Konteks Birokrasi Indonesia (Teori, Kebijakan, dan Implementasi)*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing
- Salwa A, Away Y, Tabrani M. 2018. *Pengaruh komitmen, integritas dan kompetensi terhadap kinerja pegawai serta dampaknya pada kinerja komisi independen pemilihan (kip) aceh*. Jurnal Magister Manajemen Volume 2, No. 1, Januari 2018.
<http://jurnal.unsyiah.ac.id/JMM/article/view/10242>
- Sebastian, Aeron dan Pramono, Rudi. 2021. *Pengaruh Perceived Value, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Outlet Nike Di Jakarta*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. Vol 4 (3)

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- _____. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sukmawati,. Budianto, Apri,. Nurlestari, Marlina. 2019. *Pengaruh Integritas dan Loyalitas terhadap Kinerja Pegawai pada Perum Bulog Subdivre Ciamis*.
- Terry, George R dan Leslie W.Rue. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*, penerjemah G.A Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Torang, Dr.Syamsir.2014.*Organisasi dan Manajemen*.Bandung: ALFABETA
- Wijayanto, Bebet., Endang, Apriatni., dan Listyorini, Sari. 2013. *Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Loyalitas Pelanggan di supermarket sri ratu peterongan*. Diponegoro Journal Of Social And Politic.
- Widodo, S. E. (2015). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Pusaka Pelajar
- ”.