

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PT. MULTICARE MITRA SEJAHTERA**

TESIS



RAFKI ANDRI

2171021015

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PT. MULTICARE MITRA SEJAHTERA**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



RAFKI ANDRI

2171021015

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2021**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rafki Andri

NIM : 2171021015

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rafki Andri', with a stylized flourish at the end.

Tanggal : 21/Juni/2021


HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh,

Nama : Rafki Andri
NIM : 2171021015
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap
: *Customer Satisfaction*, serta dampaknya terhadap *Customer*
: *Loyalty PT. Multicare Mitra Sejahtera*.


Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. ()

Pembimbing II : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D ()

Penguji I : Dr. Jerry Heikal, ST, MM ()

Penguji II : Dr. Ir. Kusumo Bintoro., M.B.A, IPM ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21/Juni/2021

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penyusunan Tesis ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Kedua Orang Tua, kakak, adik dan keluarga besar penulis atas do'a dan dukungan moral yang tiada terbatas kepada penulis.
2. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST, MM, selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan waktu, tenaga, bimbingan, masukan dan dukungan yang berharga sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
3. Muchsin Saggaf Shihab, SE, M.Sc, M.B.A, Ph.D, selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan waktu, tenaga, bimbingan, masukan dan dukungan yang berharga sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
4. Dr. Jerry Heikal, ST, MM, selaku dosen pembahas proposal dan dosen penguji tesis yang telah membantu memberikan masukan dalam memperbaiki isi dan penulisan tesis.
5. Dr. Ir. Kusumo Bintoro., M.B.A, selaku dosen penguji tesis yang telah membantu memberikan masukan dalam memperbaiki isi dan penulisan tesis.
6. Dosen dan seluruh staff pegawai Universitas Bakrie atas bantuan yang diberikan selama penulis menyusun tesis ini.
7. Perusahaan PT. Multicare Mitra Sejahtera yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan dalam menyusun tesis ini.
8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Magister Manajemen Batch 9 2018 serta seluruh teman-teman baik penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas dukungan dan semangatnya.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 21/Juni/2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rafki Andri', with a stylized, cursive script.

Rafki Andri

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rafki Andri
NIM : 2171021015
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis : Riset Bisnis (*Business Research*)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya Ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*, serta dampaknya terhadap *Customer Loyalty* PT. Multicare Mitra Sejahtera”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : **Jakarta**

Pada Tanggal : **21/Juni/2021**

Yang Menyatakan



(Rafki Andri)

**“PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PT. MULTICARE MITRA SEJAHTERA”**

Rafki Andri

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji model penelitian yang diharapkan dan bisa mendapatkan hasil pengaruh dari *service quality* dan *perceived value* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *customer loyalty*. Data responden kuesioner diperoleh dari *data base customer/member* PT. Multicare Mitra Sejahtera yang sudah mengkonsumsi produk Multicare, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner secara *online* melalui *platform “google form”* kepada 150 responden PT. Multicare Mitra Sejahtera selama bulan Desember 2020 – Februari 2021. Pada penelitian ini dilakukan 5 pengujian terhadap hipotesis berdasarkan indikator variabel yang telah disusun menggunakan analisis SEM PLS (*partial least square*) dengan metode SmartPLS. Pengujian terdiri dari *Outer Model* yaitu: Uji *Convergent Validity*, Uji *Average Variance Extracted* (AVE), Uji *Discriminant Validity*, Uji *Composite Reliability*, Uji *Cronbach Alpha*. Kemudian pengujian dari *Inner Model* yaitu: Analisa R^2 , Hasil *Bootstrapping*, Ringkasan Singkat Koefisien Jalur (Pengaruh Langsung & Tidak Langsung). Pengujian hipotesis yang menunjukkan adanya hubungan yang berpengaruh langsung secara positif dan signifikan antara lain, H1: *service quality* terhadap *customer satisfaction*, H2: *perceived value* terhadap *customer satisfaction* dan H3: *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Pengujian hipotesis yang menunjukkan tidak adanya hubungan yang berpengaruh langsung secara positif dan signifikan antara lain, H4: *service quality* terhadap *customer loyalty* dan H5: *perceived value* terhadap *customer loyalty*. Penelitian ini sangat diharapkan bisa memberikan implikasi yang baik secara teoritis dan penelitian lanjutan. Selain itu, implikasi penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemasar/perusahaan untuk menciptakan *customer satisfaction* dan *customer loyalty* yang semakin baik .

Kata kunci : *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*.

**“PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY PT. MULTICARE MITRA SEJAHTERA”**

Rafki Andri

ABSTRACT

This study aims to test the research model that is expected and can get the results of the effect of service quality and perceived value on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. Questionnaire respondent data obtained from the customer/member database of PT. Multicare Mitra Sejahtera, which already understands and is certain to have consumed Multicare products, was then carried out by distributing questionnaires online through the "google form" platform to 150 respondents of PT. Multicare Mitra Sejahtera during December 2020 - February 2021. In this study, 5 hypotheses were tested based on variable indicators that had been compiled using SEM PLS (partial least square) analysis with the SmartPLS method. The test consists of (Outer Model): Convergent Validity, Discriminant Validity, Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability, Cronbach Alpha. Then (Inner Model): R Square Value, Bootstrapping, Direct & Indirect Effect. Hypothesis testing that shows a positive and significant direct effect, among others, H1: service quality on customer satisfaction, H2: perceived value on customer satisfaction, and H3: customer satisfaction towards customer loyalty. Hypothesis testing that shows there is no direct positive and significant effect, among others, H4: service quality on customer loyalty and H5: perceived value on customer loyalty. It is hoped that this research will have good theoretical, practical, methodological implications and further research. Besides, the implication of this research is also expected to provide input to marketers/companies to create better customer satisfaction and customer loyalty.

Keywords : *Service Quality, Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..... i

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS..... ii

LEMBAR PENGESAHAN iii

UNGKAPAN TERIMA KASIH..... iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR LAMPIRAN x

I. PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Perumusan Masalah..... 7

1.3. Tujuan Penelitian 7

1.4. Manfaat Penelitian..... 8

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 8

1.4.2 Manfaat Praktis..... 8

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 9

2.1. *Service Quality*..... 9

2.1.1 Dimensi *Service Quality*..... 10

2.2. *Perceived Value* 12

2.2.1 Dimensi *Perceived Value* 13

2.3. *Customer Satisfaction* 15

2.3.1 Dimensi *Customer Satisfaction* 15

2.3.2 Metode-Metode Mengukur *Customer Satisfaction* 18

2.4. *Customer Loyalty*..... 19

2.4.1	Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	19
2.4.2	Jenis-Jenis <i>Customer Loyalty</i>	20
2.5.	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.5.1	Hubungan <i>Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty</i>	21
2.5.2	Hubungan <i>Perceived Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty</i>	22
2.5.3	Hubungan <i>Customer Satisfaction, Customer Loyalty</i>	23
2.6.	Penelitian Terdahulu	23
2.7.	Hipotesis.....	25
2.8.	Rujukan Penelitian Terdahulu Untuk Hipotesis.....	27
III.	METODE PENELITIAN	28
3.1.	Pendekatan Penelitian	28
3.2.	Waktu Penelitian.....	28
3.3.	Sumber Data.....	29
3.4.	Metode Analisis Data (SEM PLS).....	29
3.5.	Tabel Definisi Operasional.....	31
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1.	Tahap Awal	32
4.2.	Studi Literatur	32
4.3.	Mengumpulkan Data.....	33
4.4.	Hasil	33
4.4.1	Deskriptif Responden.....	33
4.4.2	Deskriptif Variabel.....	35
4.4.3	Pengujian Outer Model.....	41
4.4.3.1	Uji <i>Convergent Validity</i>	42
4.4.3.2	Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47

4.4.3.3 Uji <i>Discriminant Validity</i>	48
4.4.3.4 Uji <i>Composite Reliability</i>	51
4.4.3.5 Uji <i>Cronbach Alpha</i>	52
4.4.4 Hasil <i>Bootstrapping</i>	52
4.4.4.1 Ringkasan Singkat Koefisien Jalur.....	56
4.5. Pembahasan.....	56
4.5.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (H1).....	57
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (H2).....	58
4.5.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (H3).....	59
4.5.4 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (H4).....	60
4.5.5 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (H5).....	61
V. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Ester – C Forte Tahun 2016 - 2019	5
Gambar 2.1 Tautan Antar Variabel Dalam Susunan Hipotesis.....	26
Gambar 4.1 Model Nilai Antar Konstruk Model Penelitian	42
Gambar 4.2 Nilai Loading Factor Variabel <i>Service Quality</i> (X1).....	43
Gambar 4.3 Nilai Loading Factor Variabel <i>Perceived Value</i> (X2)	44
Gambar 4.4 Nilai Loading Factor Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y).....	45
Gambar 4.5 Nilai Loading Factor Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Z).....	46
Gambar 4.6 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	48
Gambar 4.7 <i>Bootstrapping</i>	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Draf Komplain Konsumen PT. Multicare Mitra Sejahtera	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2 Tabel Rujukan Penelitian	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional	31
Tabel 4.1 Deskriptif Responden	34
Tabel 4.2 Karakteristik Variabel Tanggapan Responden	37
Tabel 4.3 Nilai Loading Factor Variabel <i>Service Quality</i> (X1)	43
Tabel 4.4 Nilai Loading Factor Variabel <i>Perceived Value</i> (X2)	44
Tabel 4.5 Nilai Loading Factor Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	45
Tabel 4.6 Nilai Loading Factor Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Z)	46
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	47
Tabel 4.8 Nilai <i>Discriminant Validity Service Quality</i> (X1)	48
Tabel 4.9 Nilai <i>Discriminant Validity Perceived Value</i> (X2)	49
Tabel 4.10 Nilai <i>Discriminant Validity Customer Satisfaction</i> (Y)	50
Tabel 4.11 Nilai <i>Discriminant Validity Customer Loyalty</i> (Z)	50
Tabel 4.12 Nilai <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.13 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	52
Tabel 4.14 Pengaruh Langsung	53
Tabel 4.15 Pengaruh Tidak Langsung	55
Tabel 4.16 Ringkasan Hasil Hipotesis	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Perhitungan Uji Kuesioner Responden (<i>Service Quality</i>)	70
Lampiran 2 Data Perhitungan Uji Kuesioner Responden (<i>Perceived Value</i>).....	72
Lampiran 3 Data Perhitungan Uji Kuesioner Responden (<i>Customer Satisfaction</i>)	73
Lampiran 4 Data Perhitungan Uji Kuesioner Responden (<i>Customer Loyalty</i>)	74
Lampiran 5 Model Kuesioner Responden	75