

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP
COSTUMER STATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
COSTUMER LOYALTY
(STUDI KASUS RNJ MOTORSPORT)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meperoleh Gelar

Magister Manajemen



JON HENDRA SAPUTRA CHANDRA

2211001019

**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN
2023/2024**

ABSTRAK

Industri otomotif di Indonesia, terutama kendaraan sepeda motor berkembang pesat dari tahun ketahun. Seperti yang terjadi saat ini masyarakat memilih sepeda motor bukan hanya atas dorongan kegunaannya untuk mempercepat waktu tempuh sebuah perjalanan, akan tetapi sepeda motor juga di anggap sebagai *style* yang mampu menunjukkan identitas seseorang. Meningkatnya keinginan masyarakat terhadap minat motor besar menjadikan peluang bisnis untuk membuka usaha showroom motor besar bagi pelaku bisnis otomotif. Salah satu pelaku bisnis yang ikut bersaing yaitu Showroom R&J Motorsport. Showroom R&J Motorsport hadir dan menjadi salah satu pioneer showroom motor besar terkemuka saat ini, R&J Motorsport menjual motor besar *fullpaper* berbagai merk terkenal di dunia antara lain ada Harley Davidson, BMW, Ducati, Triumph, MV agusta, Suzuki, Honda, Kawasaki dan Honda dsb. Loyalitas pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena memiliki banyak manfaat bagi perusahaan, salah satunya memberi dampak yang signifikan terhadap keuntungan perusahaan, dimana pelanggan yang loyal memiliki kemungkinan akan melakukan pembelian berulang terhadap produk yang sama dan ditempat yang sama. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* dan *Preceived Value* terhadap *Costumer Statisfaction* serta dampaknya terhadap *Costumer Loyalty*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data yang disajikan dalam penelitian ini yaitu diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 51 responden. Analisis statistik menggunakan metode SEM PLS untuk dilakukan pengujian model dan hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *costumer statisfaction*, *Preceived value* berpengaruh positif signifikan terhadap *Costumer Statisfaction*. *Costumer Statisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *Costumer Loyalty*. *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Costumer Loyalty* melalui *Costumer Statisfaction*. *Service Quality* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Costumer Loyalty*. *Preceived Value* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Costumer loyalty*. *Preceived Value* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap *Costumer Statisfaction* melalui *Costumer Loyalty*.

Kata kunci : *Costumer Statisfaction, Preceived Value, Costumer Statisfaction. Costumer Statisfaction*

ABSTRACT

The automotive industry in Indonesia, especially motorbikes, is growing rapidly from year to year. As is currently the case, people choose motorbikes not only because of their usefulness to speed up travel time, but motorbikes are also considered a style that can show one's identity. The increasing public desire for interest in large motorbikes has created a business opportunity to open a large motorbike showroom for automotive business players. One of the competing business actors is the R&J Motorsport Showroom. The R&J Motorsport showroom is present and has become one of the pioneers of the leading large motorbike showrooms today, R&J Motorsport sells large, full-paper motorbikes from various well-known brands in the world, including Harley Davidson, BMW, Ducati, Triumph, MV Agusta, Suzuki, Honda, Kawasaki and Honda, etc. Customer loyalty is an important thing that companies must pay attention to, because it has many benefits for the company, one of which has a significant impact on company profits, where loyal customers are likely to make repeat purchases of the same product and in the same place. The purpose of this research is to determine the influence of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and its impact on Customer Loyalty. This type of research is quantitative research. The data presented in this research was obtained through a questionnaire distributed to 51 respondents. The results of this research show that Service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, Perceived value has a significant positive effect on Customer Satisfaction. Customer Satisfaction has a significant positive effect on Customer Loyalty. Service Quality has a significant positive effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction. Service Quality has no effect and is not significant on Customer Loyalty. Perceived Value has no effect and is not significant on Customer loyalty. Perceived Value has no effect and is not significant on Customer Satisfaction through Customer Loyalty.

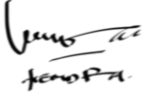
Keywords: *Customer Satisfaction, Perceived Value, Customer Satisfaction. Customer Satisfaction*

HALAMAN PERNYATAAN ORINALITAS

Tesis ini karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : **JON HENDRA SAPUTRA CHANDRA**

NIM : **2211001019**

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Februari 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jon Hendra Saputra Chandra

NIM : 2211001019

Program Studi : Magister Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Hasi Penelitian

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 COSTUMER STATISFACTION, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP COSTUMER LOYALTY

(STUDI KASUS RNJ MOTORSPORT)

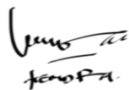
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Februari 2024

Yang menyatakan



(Jon Hendra Saputra Chandra)

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini di ajukan oleh :
Nama : **JON HENDRA SAPUTRA CHANDRA**
NIM : **2211001019**
Program studi : **MAGISTER MANAJEMEN**
Judul tesis : Pengaruh Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Costumer Satisfaction, Serta Dampaknya Terhadap Terhadap Costumer Loyalty (Studi Kasus R&J Motorsport)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan di terima sebagai Bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Managemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. Lenny Christina Nawangsari, S.E., M.M



Pembimbing 2 : Gunardi Endro, Ph.D.



Dewan Penguji: Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M,Sc., M.B.A., Ph.D


Muchsin

Dewan Penguji: Dr. mohammad Kresna Noer, S.sos., M.si



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 19 Februari 2024

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karna atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini, sebagai syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini penulis mendapatkan berbagai bantuan , motivasi, dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. DR. Lenny Christina dan Gunardi Endro, Ph.D. selaku Dosen pembimbing yang senantiasa menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dan memberikan dukungan dalam penyusunan tesis ini.
2. Arief Bimantoro Suharko, Ph.D sebagai ketua jurusan yang sudah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
3. Istri Ambar Tanjung Saputri, A.Md.RMIK dan anak Elfathan Batara Chandra yang sudah merelakan sebagian haknya untuk berkumpul bersama penulis sebagai seorang ayah.
4. Bapak Yohanes Chandra dan Almh. ibu Kasri, sebagai orang tua yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis, dengan perjuangan ini anakmu mendoakan agar ibu tenang di sisi Allah S.W.T, maafkan anakmu telat mempersembahkan gelar akademik ini kepada mu ibu.
5. Bapakdan ibu Dosen serta staff Magister Manajemen Universitas Bakrie, Terima kasih untuk semua ilmu dan kebaikan yang sudah diberikan.
6. Teman – Teman di Magister Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan Tesis.
7. Rekan-Rekan dari R&J Motorsport yang terus mendukung dalam penyelesaian Tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu.

Akhir kata, penulis penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALIT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah.....	6
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1.1 Service Quality	11
2.1.2 Preceived Value	13
2.1.3 Costumet Satisfaction	15
2.1.4 Costumer Loyalty.....	16
2.1.5 Penelitian terdahulu	17
2.1.6 Pengembangan hipotesis penelitian	19
2.1.6.1 Pengaruh Service Quality terhadap Costumer statisfaction	19
2.1.6.2 pengaruh perceived value terhadap costumer statisfaction	20
2.1.6.3 pengaruh costumer statisfaction terhadap costumer loyalty	21
2.1.6.4 Pengaruh Service Quality terhadap costumer loyalty	21
2.1.6.5 Pengaruh Perceived Value Terhadap Costumer Loyalty	22
2.1.6.6 Pengaruh Service Quality terhadap Costumer statisfaction melalui Costumer Loyalty	22

2.1.6.7 Pengaruh Prceived Value terhadap Costumer statisfaction melalui Costumer Loyalty	23
2.2 Kerangka Pemikiran	24
2.3 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Desain Penelitian.....	25
3.2 Variabel Penelitian	25
3.3 Devinisi Operasional	25
3.4 Populasi dan sampel	28
3.4.1 Populasi.....	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Sumber data	29
3.6 Teknik pengumpulan data	29
3.7 Teknik pengambilan data.....	30
3.8 Teknik analisa Data	31
3.8.1 Pengembangan model berbasis Teori	31
3.8.2 Pengembangan Diagram Alur.....	32
3.8.3 Konversi Alur Diagram.....	32
3.8.4 Pemilihan Matriks Input	32
3.8.5 Menilai Masalah Identifikasi	33
3.8.6 Mengevaluasi Criteria Goodness Of Fit	33
3.8.7 Merancang model structural.....	34

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

4.1 Karakteristik dan Respondend	34
4.2 Analisis Deskriptif	36
4.3 Asumsi dan kualitas Instrumen Penelitian Uji Hipotesis	38
4.4 Uji Hipotesis.....	44
4.5 Temuan dan Diskusi.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Rekomendasi	51
5.3 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya	52
DAFTAR PUSTAKA	53
DAFTAR LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Awal	5
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i>.....	6
Tabel 2.1 penelitian terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3.1 Skala Penilaian Variabel X dan Y	30
Tabel 4.1 Karakteristik Respondend berdasarkan usia	32
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin	32
Tabel 4.3 Karakteristik sesuai penghasilan	33
Tabel 4.4 Karakteristik kuesioner berdasarkan <i>service quality</i>	33
Tabel 4.5 Karakteristik kuesioner berdasarkan <i>preceived value</i>.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik kuesioner berdasarkan <i>Costumer statisfaction</i>	35
Tabel 4.7 Karakteristik kuesioner berdasarkan <i>Costumer loyalty</i>	35
Tabel 4.8 Pengujian <i>Convergent validity</i>	36
Tabel 4.9 Hasil pengujian <i>Discriminant Validity (Cross – loading)</i>.....	39
Tabel 4.10 Hasil pengujian <i>Composite Rellability</i>.....	40
Tabel 4.11 Nilai <i>R-square</i> Variabel Endogen.....	40
Tabel 4.12 Nilai F-Square.....	41
Tabel 4.13 <i>Path coefficient</i> (Berpengaruh Langsung).....	42
Tabel 4.14 <i>Path coefficient</i> (Berpengaruh tidak Langsung).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 perbandingan penjualan motor besar bekas 2019-2021	4
Gambar 1.2 : Penjualan R&J Motorsport.....	5
Gambar. 3.1 Kerangka pemikiran	22
Gambar 4.1 inner Model	40

DAFTAR LAMPIRAN

Link Kuesioner.....53