

**PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sajarna Manajemen Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

CHRISTIAN KEN TANUWIJAYA

NPM : 18420105

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Christian Ken Tanuwijaya

NPM : 18420105

Alamat : Jalan Achmad Jais no. 128

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Diskon Dan Kulaitas pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiwa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**” bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya 16 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Christian Ken Tanuwijaya

18420105

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

Diajukan oleh:

CHRISTIAN KEN TANUWIJAYA

18420105

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Dwi Indah Mustikorini SE., MM, CRA

Tanggal, 14 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Tanggal, 14 Januari 2022

HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)
Disiapkan oleh:
CHRISTIAN KEN TANUWIJAYA

18420105

Susunan Dewan Penguji

Pemimbing Utama

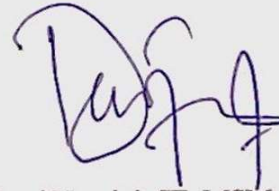


Dwi Indah Mustikorini SE.,MM, CRA

Anggota Dewan Penguji



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si
Anggota Dewan Penguji lain



Dewi Nuraini, SE, MSM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 19 Februari 2022



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Marilah sejeak memunjatkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI” (Studi kasus pengguna aplikasi Go-Jek pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)** dengan baik, Yesaya 41:10 “Janganlah takut, sebab Aku menyertai dia, janganlah bimbang sebab Aku ini Allahmu; Aku akan memegang tangan kanan Ku yang membawa kemenangan. Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar derajat S1 (S.M) Program Studi Strata Satu Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Skripsi ini menyajikan pokok – pokok bahasan yang meliputi diskon, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan. Penelitian ini disusun karena keterkaitan penelitian atas berkembangnya dunia transportasi moderen yang cukup menarik untuk diteliti. Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Sehingga dengan dukungan serta bantuan dari orang – orang tercinta disekeliling, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **My Beloved Family** yang menjadi *support system* peneliti serta menjadi alasan bagi peneliti untuk menjadi orang yang baik & sukses.
2. **Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL(K)** selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. **Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. **Dr. Kristiningsih, SE., M.Si** selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. **Segenap Dosen** Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah mendidik dan memberikan ilmu kuliah.
6. **Segenap Staf** Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang selalu tersedia dan sabra melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
7. **My Beloved Friends at Wijaya Kusuma University Surabaya** yang selalu mendukung, belajar bersama, serta ketersediaan waktunya selama berproses bersama awal hingga akhir.
8. **My Beloved Friends** yang memotivasi peneliti untuk selalu mengingatkan untuk menulis penelitian ini dan sumber inspirasi dalam menulis.
9. **Semua Pihak** yang terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.
10. *Last but not least, I wanna thank me, for beliving in me, for doing all hard this work, for having no days off, for never quitting, for never give a chance to fail in me.*

Semoga kebaikan yang mereka bagikan kepada penulis bisa terbalaskan melalui Rancangan-Nya. Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti terbuka untuk kritik dan saran yang membangun agar tulisan ini bisa bermanfaat bagi yang membacanya.

Surabaya, 16 Januari 2022

Christian Ken Tanuwijaya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
INTISATI (ABSTRAKSI)	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Skripsi	8
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.3 Diskon.....	18

2.1.4	Kualitas Pelayanan	21
2.1.5	Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.6	Loyalitas Pelanggan.....	26
2.1.7	Hubungan Antar Variabel.....	29
2.2	Penelitian Sebelumnya.....	33
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	34
2.3.1	Hipotesis	34
2.3.2	Model Analisis	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1	Pendekatan Penelitian.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel	39
3.3	Identifikasi Variabel	40
3.3.1	Variabel Independen.....	40
3.3.2	Variabel Dependen	41
3.3.3	Variabel Intervening.....	41
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5.1	Data Primer	44

3.5.2	Data Sekunder	44
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	44
3.7	Teknik Analisis.....	46
3.7.1	Uji Instrumen	46
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.7.3	Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	50
3.7.4	Uji Sobel	51
3.7.5	Uji Hipotesis (<i>T-Test</i>)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	54
4.2	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1	Katakteristik Responden	54
4.2.2	Jawaban Responden Variabel.....	56
4.2.3	Uji Instrumen	60
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	62
4.2.5	Uji Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	66
4.2.6	Uji Sobel	72
4.2.7	Uji Hipotesis (<i>T-Test</i>)	73
4.3	Pembahasan.....	77
4.3.2	Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan	77

4.3.3	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	78
4.3.4	Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.3.5	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	79
4.3.6	Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	79
4.3.7	Kepuasan Pelanggan Memediasi Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan	80
4.3.8	Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN		93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 PERBANDINGAN PENELITIAN SEBELUMNYA	33
Tabel 3.1 DISTRIBUSI RESPONDEN	40
Tabel 3.2 DEFINISI OPERASIONAL	42
Tabel 3.3 KETERANGAN SKALA LINKERT...../426	
Tabel 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	55
Tabel 4.2 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL DISKON	56
Tabel 4.3 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KUALITAS PELAYANAN	57
Tabel 4.4 JAWABAN RESPONDEN VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN	58
Tabel 4.5 KARAKTERISTIK RESPONDEN VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN.....	59
Tabel 4.6 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	61
Tabel 4.7 UJI NORMALITAS	62
Tabel 4.8 PERSAMAAN 1 UJI MULTIKOLINEARITAS	63
Tabel 4.9 PERSAMAAN 2 UJI MULTIKOLINEARITAS	63
Tabel 4.10 PERSAMAAN 1 UJI HETEROSKEDASTISITAS	64
Tabel 4.11 PERSAMAAN 2 UJI HETEROSKEDASTISITAS	64
Tabel 4.12 HASIL UJI DURBIN WATSON.....	65
Tabel 4.13 MODEL SUMMARY, ANOVA, COEFFICIENTS PADA PERSAMAAN 1.....	66
Tabel 4.14 MODEL SUMMARY, ANOVA, COEFFICIENTS PADA PERSAMAAN 2.....	69
Tabel 4.15 UJI PENGARUH LANGSUNG	74
Tabel 4.16 UJI PENGARUH TIDAK LANGSUNG	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 BAURAN PEMASARAN	15
Gambar 2.2 MODEL PERILAKU KONSUMEN.....	17
Gambar 2.3 GAMBAR MODEL ANALISIS	35
Gambar 3.1 MODEL PERSAMAAN 1	50
Gambar 3.2 MODEL PERSAMAAN 2.....	51
Gambar 4.1 GAMBAR HASIL PERSAMAAN 1	69
Gambar 4.2 GAMBAR HASIL PERSAMAAN 1.....	69
Gambar 4.3 PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN (Z) MEMEDIASI DISKON (X1) TERHADAP LOYALITAS (Y).	72
Gambar 4.4 PENGUJIAN KEPUASAN PELANGGAN (Z) MEMEDIASI KUALITAS PELAYANAN (X2) TERHADAP LOYALITAS (Y).	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER.....	94
LAMPIRAN 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	99
LAMPIRAN 3 VALIDITAS & RELIABILITAS.....	101
LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS.....	106
LAMPIRAN 5 TABULASI JAWABAN RESPONDEN.....	112
LAMPIRAN 6 TABEL DW, F,T.....	116

INTISATI (ABSTRAKSI)

Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi

**(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Go-Jek Pada Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)**

Oleh :

CHRISTIAN KEN TANUWIJAYA

kenchristian99@gmail.com

Dwi Indah Mustikorini SE., MM, M.Ak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar diskon, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan serta kepuasan pelanggan memediasi pada pengguna aplikasi Go-Jek. Penelitian ini merupakan kuantitatif dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sejumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Jalur, Uji Sobel, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan software SPSS. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa diskon tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, diskon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak memediasi diskon terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Diskon, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

The Effect of Discounts and Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediation Variable

**(Case Study on Go-Jek Application Users in Students of the Faculty of
Economics and Business Wijaya Kusuma University Surabaya)**

By :

CHRISTIAN KEN TANUWIJAYA

kenchristian99@gmail.com

Dwi Indah Mustikorini SE., MM, M.Ak

This study aims to determine the effect of discounts, service quality on customer loyalty and customer satisfaction mediating the Go-Jek application users. This research is quantitative using non-probability sampling technique with purposive sampling method. The sample used in this research is 100 respondents. The analysis technique used is Instrument Test, Classical Assumption Test, Path Analysis, Sobel Test, and Hypothesis Testing using SPSS software. The results of this study state that discounts have no effect on customer satisfaction, service quality affects customer satisfaction, discounts affect customer loyalty, service quality does not affect customer loyalty, customer satisfaction does not mediate discounts on customer loyalty, customer satisfaction mediates service quality on customer loyalty.

Keywords : Discount, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction