

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

(Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

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



Diajukan Oleh :

**KRESNA NOVA ERLANGGA**

NPM : 19420051

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Kresna Nova Erlangga  
NPM : 19420051  
Alamat : Dukuh Kupang Utara 2B No.34  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul **“Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”**. Bukan merupakan plagiasi atau suduran 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.

  
Suabaya  
  
Kresna Nova Erlangga

Npm. 19420051

**HALAMAN PERSETUJUAN**

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

(Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

Diajukan Oleh :

**KRESNA NOVA ERLANGGA**

NPM 19420051

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE, M.Si**

Tanggal, 13 januari 2023

**KETUA PROGRAM STUDI**



**Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si**

Tanggal, 13 januari 2023

**HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

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

(Studi Kasus Penggunaan Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)

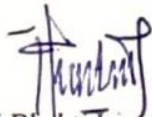
**Dipersiapkan dan Disusun Oleh :**

**KRESNA NOVA ERLANGGA**

NPM 19420051

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Dwi Bhakti Trianti, SE, M.Si

Anggota Dosen Penguji



Dr. Siti Djamilah, SE, M.Si



Atty Erdiana, SE, M.Ak

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

Tanggal 26 Januari 2023



Dr. Kristiningsih, SE, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen

## KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI” (Studi kasus penggunaan aplikasi Shopee Food pada mahasiswa program studi manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)** dapat terselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Pada penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang dihadapi oleh penulis, namun berkat kehendak-Nyalah penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Selain itu penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu , dengan penuh kerendahan hati patultah kiranya penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr., Sp.T.H.T.K.L. (K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE,M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu serta dengan sabar membimbing, memberikan arahan, bantuan serta saran bagi penulis selama skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik
5. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE.,M.Si selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu dan pengajaran selama studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Orangtua tercinta Bapak Sutrisno dan Ibu Purwanti yang telah menyayangi dan mencintai dengan tulus serta memberikan banyak dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi.
8. Ma Cherie yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini dari awal hingga akhir
9. Rekan DPM FEB (Ines, Devi, Rizky, Fredy, Norza, Iren, Angel, Anom, Raja, dan Adrian) yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kalimat penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini :

*“ASA ITU MASIH ADA” dan juga “YANG TIDAK MERASAKAN TIDAK AKAN PERNAH MENGETI”.*

Penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang sumber daya manusia.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI.....	3v
KATAPENGANTAR .....	4
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
INTISARI (ABSTRAK).....	14
ABSTRACT.....	15
BAB 1 PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian .....	24
1.4 Manfaat Penelitian .....	24
1.5 Sistematika Skripsi.....	25
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	26
2.1 Landasan Teori.....	27
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	27
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	33
2.1.3 Diskon .....	37
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	40
2.1.5 Kepuasan Pelanggan .....	43
2.1.6 Loyalitas Pelanggan.....	46
2.1.7 Hubungan Antar Variabel.....	48
2.2 Penelitian Sebelumnya .....	52
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	55
2.3.1 Hipotesis .....	55
2.3.2 Model Analisis .....	56
BAB III METODE DEOLOGI PENELITIAN.....	57



3.1	Pendekatan Penelitian.....	57
3.2	Populasi dan Sampel .....	57
3.2.1	Populasi .....	57
3.2.2	Sampel.....	58
3.3	Identifikasi Variabel.....	59
3.3.1	Variabel Independen .....	59
3.3.2	Variabel Dependen .....	60
3.3.3	Variabel Intervening .....	60
3.4	Definisi Operasional Variabel .....	60
3.5	Jenis dan Sumber Data .....	63
3.5.1	Data Primer .....	63
3.5.2	Data Sekunder .....	63
3.6	Prosedur Pengumpulan Data .....	64
3.7	Teknik Analisis .....	66
3.7.1	Uji Statistik .....	66
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	67
3.7.3	Uji Jalur (Path Analysis).....	70
3.7.4	Uji Sobel.....	72
3.7.5	Uji Hipotesis ( <i>T-Test</i> ).....	72
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>74</b>
4.1	Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	74
4.2	Hasil Penelitian .....	74
4.2.1	Karakteristik Responden.....	74
4.2.2	Jawaban Responden Variabel .....	76
4.2.3	Uji Instrumen .....	81
4.2.4	Uji Asumsi Klasik.....	84
4.2.5	Uji Jalur (Path Analysis).....	89
4.2.6	Uji Sobel.....	96
4.2.7	Uji Hipotesis ( <i>T-Test</i> ).....	98
4.3	Pembahasan.....	103
4.3.1	Diskon Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	103
4.3.2	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	104

4.3.3	Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	104
4.3.4	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	105
4.3.5	Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	106
4.3.6	Kepuasan Pelanggan Memediasi Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	107
4.3.7	Kepuasan Pelanggan Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	108
BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN.....		108
5.1	Simpulan .....	109
5.2	Saran.....	110
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	111
DAFTAR PUSTAKA .....		112
LAMPIRAN.....		115

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Selanjutnya .....	40
Tabel 3.1 Distribusi Responden.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	48
Tabel 3.3 Keterangan Skala Likert .....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	63
Tabel 4.2 Jawaban Responden Variabel Diskon.....	64
Tabel 4.3 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Loyalitas Pelanggan.....	69
Tabel 4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	71
Tabel 4.7 Uji Normalitas .....	79
Tabel 4.8 Persamaan 1 Uji Heterokedastisitas .....	74
Tabel 4.9 Persamaan 2 Uji Heterokedastisitas .....	74
Tabel 4.10 Persamaan 1 Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.11 Persamaan 2 Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Durbin Watson.....	77
Tabel 4.13 Model, Summary, Anova, Cefficient Pada Persamaan 1 .....	78
Tabel 4.14 Model, Sumaary, Anova, Cefficient Pada Persamaan 2 .....	82
Tabel 4.15 Uji Pengaruh Langsung.....	88
Tabel 4.16 Uji Pengaruh Tidak Langsung.....	89

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran .....	18
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen .....	21
Gambar 2.3 Model Analisis .....	43
Gambar 3.1 Model Persamaan 1 .....	59
Gambar 3.2 Model Persamaan 2 .....	60
Gambar 4.1 Hasil Persamaan 1 .....	81
Gambar 4.2 Hasil Persamaan 2 .....	85
Gambar 4.3 Pengujian Z Memediasi X1 Terhadap Y .....	86
Gambar 4.4 Pengujian Z Memediasi X2 Terhadap Y .....	86

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 KUESIONER.....	105
Lampiran 2 KARAKTERISTIK RESPONDEN .....	110
Lampiran 3 VALIDITAS & RELIABILITAS.....	111
Lampiran 4 OUTPUT SPSS.....	115
Lampiran 5 TABULASI RESPONDEN .....	118
Lampiran 6 TABEL DW, F, T .....	121

## INTISARI (ABSTRAK)

### **Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Food Pada Mahasiswa Program  
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma  
Surabaya)**

Oleh :

**KRESNA NOVA ERLANGGA**

[kresnanova02@gmail.com](mailto:kresnanova02@gmail.com)

**Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE,M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar diskon, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna aplikasi Shopee. Sampel dalam penelitian kuantitatif ini berjumlah 100 responden, yang menggunakan pendekatan *non-probability sampling* dan metode *purposive sampling*. Pengujian instrumen, pengujian jalur, pengujian Sobel, dan pengujian hipotesis adalah beberapa teknik analisis yang digunakan dengan perangkat lunak SPSS. Menurut temuan penelitian, loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh diskon, kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas itu sendiri. Kepuasan pelanggan memiliki dampak langsung terhadap loyalitas, tetapi tidak dapat memediasi pengaruh diskon atau kualitas layanan terhadap loyalitas.

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 Shopee Food Application Users in Students Management of Faculty of Economics and Business University Wijaya Kusuma Surabaya)**

**By :**

**KRESNA NOVA ERLANGGA**

[kresnanova02@gmail.com](mailto:kresnanova02@gmail.com)

**Dr. Dwi Bhakti Irianti, SE,M.Si.**

This study aims to determine the effect of discounts, service quality on customer loyalty and customer satisfaction as a mediating variable for Shopee application users. The sample in this quantitative study was 100 respondents, using a non-probability sampling approach and a purposive sampling method. Instrument testing, path testing, Sobel testing, and hypothesis testing are some of the analytical techniques used with SPSS software. According to research findings, customer loyalty is influenced by discounts, service quality, customer satisfaction, and loyalty itself. Customer satisfaction has a direct impact on loyalty, but cannot mediate the effect of discounts or service quality on loyalty.

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