



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA MILENIAL PENGGUNA LAYANAN
GRABFOOD DI KOTA BATAM)**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan

Pendidikan Strata I

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Azwina Eka Ariyanti

NIM : 14020217120017

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2021**

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Azwina Eka Ariyanti
NIM : 14020217120017
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui
Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Milenial Pengguna Layanan
GrabFood di Kota Batam)**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Batam, 25 Juni 2021
Pembuat Pernyataan,

Azwina Eka Ariyanti
NIM. 14020217120017

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Milenial Pengguna Layanan GrabFood di Kota Batam)

Nama Penyusun : Azwina Eka Ariyanti

NIM : 14020217120017

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

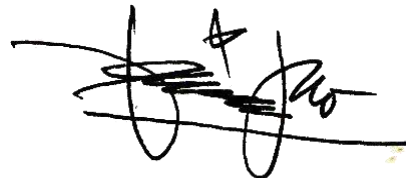
Semarang, 30 Juni 2021

Dekan

Wakil Dekan I

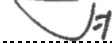



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP. 19640827 199001 1 001



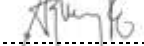
Dr. Teguh Yuwono, M.Pol. Admin.
NIP. 19690822 199403 1 003

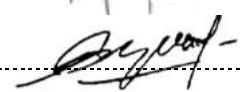
Dosen Pembimbing

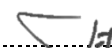
1. Dr. Drs. Ngatno, MM (.....)

2. Drs. Saryadi, M.Si (.....)

Dosen Penguji

1. Agung Budiarmo, S.Sos, MM (.....)

2. Drs. Saryadi, M.Si (.....)

3. Dr. Drs. Ngatno, MM (.....)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“If you don’t go after what you want, you’ll never have it. If you don’t ask, the answer will always be no. If you don’t step forward, you’ll always be in the same place”

“Everything is a process, stay as positive as you can be”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Orang tua saya Bapak Azhari dan Ibu Yuni Nuryanti yang memberikan dukungan, doa, kepercayaan, kasih sayang, dan pelajaran kehidupan berharga.
- Adik-adik saya Anya Valina dan Ariq Fatih yang menjadi teman, pengganggu, dan penyemangat saya.
- Teman-teman baik saya Dika, Dira, Embun, Zahra, Mufidah, Melati. Terima kasih sudah memberi dukungan, doa, dan saling bertukar cerita.
- Diri saya sendiri Azwina yang hingga saat ini tetap mencoba untuk berproses.
- Seluruh dosen Administrasi Bisnis dan teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2017.
- Teman dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas doa dan dukungannya selama ini.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada Milenial Pengguna Layanan GrabFood di Kota Batam)**

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan maraknya kepemilikan ponsel pintar mendorong munculnya bisnis layanan elektronik (*e-services*), salah satunya berupa jasa pesan antar makanan melalui aplikasi. Persaingan yang ketat antar penyedia layanan membuat usaha mempertahankan pelanggan menjadi suatu prioritas, dimana hal tersebut erat kaitannya dengan kualitas pelayanan. Data GrabFood di Batam menunjukkan pertumbuhan mitra (*merchant*) yang masif namun tidak didukung dengan kinerja pelayanan yang sebanding. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel mediasi.

Tipe penelitian ini adalah penelitian eksplanatif, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *quota sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 384 responden yang masuk ke dalam golongan usia milenial (24-39 tahun) dan telah menggunakan GrabFood minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir. Analisis data yang dilakukan yakni uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, uji t, dan uji AF Hayes dengan bantuan program IBM SPSS versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki kategorisasi baik, kepuasan konsumen memiliki kategorisasi sangat puas, dan loyalitas pelanggan memiliki kategorisasi sangat loyal. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen memediasi pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Saran yang dapat diberikan pada aspek kualitas pelayanan, memperjelas informasi terkait ketersediaan *customer service* dan kebijakan pengembalian dana, meningkatkan performa *customer service* dan aplikasi itu sendiri agar lebih cepat dan akurat. Pada aspek kepuasan konsumen, konsisten dan meningkatkan disiplin waktu yang merupakan bagian dari kualitas *driver*. Pada aspek loyalitas pelanggan, mempererat ikatan konsumen dengan terhubung melalui media sosial melalui pengadaan *event* seperti *giveaway* dan penawaran berupa potongan biaya kirim dengan tetap terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY
THROUGH SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE
(Study on GrabFood Millennial Customer in Batam)**

ABSTRACT

Advances in technology and the proliferation of smartphone ownership have encouraged the emergence of electronic service businesses (e-services), one of which is food delivery services through applications. Intense competition between providers makes the effort to retain customers a priority, which is closely related to service quality. GrabFood data in Batam shows a large growth of partners (merchants) but not supported by comparable service performance. This study aims to determine the effect of service quality on customer loyalty through satisfaction as a mediating variable.

The type of research used is explanatory research, supported with quota sampling method. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 384 respondents in the millennial age group (24-39 years) who used GrabFood at least 3 times in the last 3 months. The data analysis method used is validity, reliability, correlation, coefficient of determination, simple linear regression, t-test, and AF Hayes test with the help of the IBM SPSS version 24 software.

The results showed that service quality variable categorized as good, customer satisfaction categorized as very satisfied, and customer loyalty categorized as very loyal. Service quality has a positive effect on customer satisfaction, service quality has a positive effect on customer loyalty, customer satisfaction has a positive effect on customer loyalty, and consumer satisfaction mediates the effect of service quality on customer loyalty.

Suggestions that can be given on aspects of service quality, to clarify information regarding the availability of customer service and refund policies, improve customer service performance and the application itself to be faster and more accurate. In the aspect of customer satisfaction, improve consistency and time discipline which is part of driver's quality. In the aspect of customer loyalty, strengthening consumer bonds by connecting through social media and create events such as giveaways and offers in the form of discounted shipping costs while continuing to maintain and improve service quality to match customer expectations and needs.

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya saya selaku penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada pengguna layanan GrabFood di Kota Batam)**” dalam penulisannya tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Karenanya dengan segenap kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam proses penelitian ini khususnya kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis yang memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Dr. Drs. Ngatno, MM selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Saryadi, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Agung Budiarmo, S.Sos, MM selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah mendukung selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya departemen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pelajaran hidup selama masa perkuliahan.
7. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner.
8. Pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan memberikan dukungan pada penulis.

Penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari adanya kekurangan, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Batam, 25 Juni 2021
Penulis

Azwina Eka Ariyanti
NIM 14020217120017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen.....	12
1.5.2 Model Perilaku Konsumen Engel, Blackwell, Miniard.....	12
1.5.3 Loyalitas Pelanggan.....	16
1.5.4 Kepuasan Konsumen	18
1.5.5 Kualitas Pelayanan	19
1.5.6 Pengaruh Antar Variabel Penelitian	23
1.6 Penelitian Terdahulu	26
1.7 Hipotesis.....	28
1.8 Definisi Konsep	29
1.8.1 Kualitas Pelayanan (Variabel Bebas)	29
1.8.2 Kepuasan Konsumen (Variabel Mediasi)	29
1.8.3 Loyalitas Pelanggan (Variabel Dependen)	30
1.9 Definisi Operasional	30
1.10 Metode Penelitian	33
1.10.1 Tipe Penelitian.....	33
1.10.2 Populasi.....	34

1.10.3	Sampel.....	34
1.10.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	34
1.10.5	Jenis dan Sumber Data.....	36
1.10.6	Skala Pengukuran	36
1.10.7	Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
1.10.8	Teknik Pengolahan Data	38
1.10.9	Teknik Analisis.....	38
BAB 2	GAMBARAN UMUM GRAB	43
2.1	Sejarah dan Perkembangan Grab.....	43
2.2	Sejarah Grab di Batam	44
2.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	46
2.3.1	Visi.....	46
2.3.2	Misi	46
2.4	Keunggulan Kompetitif Grab	47
2.5	GrabFood.....	47
2.6	Logo Grab dan GrabFood	48
2.7	Gambaran Umum Responden	49
2.7.1	Gambaran Umum Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
2.7.2	Gambaran Umum Responden berdasarkan Usia	50
2.7.3	Gambaran Umum Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir ...	51
2.7.4	Gambaran Umum Responden berdasarkan Profesi	52
2.7.5	Gambaran Umum Responden berdasarkan Domisili	52
2.7.6	Gambaran Umum Responden berdasarkan Pendapatan Perbulan...	53
2.7.7	Gambaran Umum Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan .	54
2.7.8	Gambaran Umum berdasarkan Frekuensi Penggunaan Per Bulan..	55
2.7.9	Gambaran Umum berdasarkan Frekuensi Penggunaan Selama Ini	55
BAB 3	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI	57
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	58
3.1.1	Uji Validitas	58
3.1.2	Uji Reliabilitas.....	61
3.2	Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian	62
3.2.1	Persepsi Responden atas Kualitas Pelayanan.....	62
3.2.2	Persepsi Responden atas Kepuasan Konsumen.....	79

3.2.3	Persepsi Responden atas Loyalitas Pelanggan	86
3.3	Uji Hipotesis	91
3.3.1	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen GrabFood Kota Batam	91
3.3.2	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan GrabFood Kota Batam	96
3.3.3	Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan GrabFood Kota Batam	101
3.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	106
3.3.5	Uji Mediasi (AF Hayes).....	107
3.4	Pembahasan.....	109
3.4.1	Pembahasan Uji Variabel Pelayanan (X) terhadap Kepuasan (Z). 109	
3.4.2	Pembahasan Uji Variabel Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Y). 110	
3.4.3	Pembahasan Uji Variabel Kepuasan (Z) terhadap Loyalitas (Y).. 111	
3.4.4	Pembahasan Uji Variabel Pelayanan (X) terhadap Loyalitas (Y) melalui Kepuasan (Z).....	112
BAB 4	PENUTUP	114
4.1	Kesimpulan.....	114
4.2	Saran	116
DAFTAR	PUSTAKA	vi
LAMPIRAN	xi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah pengguna pesan antar makanan di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Aplikasi pilihan pengguna pesan antar makanan di Indonesia	3
Tabel 1.3 Aplikasi pesan antar makanan pilihan milenial	5
Tabel 1.4 Karakteristik dua layanan pesan antar makanan	5
Tabel 1.5 Testimoni pelanggan GrabFood.....	6
Tabel 1.6 Ketersediaan GrabFood di Kota Batam.....	7
Tabel 1.7 Tanggapan Masyarakat mengenai GrabFood di Kota Batam	7
Tabel 1.8 Dimensi M-S-QUAL.....	22
Tabel 1.9 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 1.10 Uji Koefisien Korelasi	40
Tabel 2.1 Jenis Layanan Grab	44
Tabel 2.2 Logo.....	48
Tabel 2.3 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 2.4 Usia Responden.....	50
Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden	51
Tabel 2.6 Profesi Responden.....	52
Tabel 2.7 Domisili Responden	53
Tabel 2.8 Pendapatan Perbulan Responden	53
Tabel 2.9 Pengeluaran Perbulan Responden	54
Tabel 2.10 Frekuensi Penggunaan GrabFood dalam Sebulan.....	55
Tabel 2.11 Frekuensi Penggunaan GrabFood Selama Ini	55
Tabel 3.1 Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	58
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	60
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	61
Tabel 3.5 Fitur <i>Chat</i> pada Aplikasi Berfungsi dengan Baik	63
Tabel 3.6 <i>Customer Service</i> Mudah Dihubungi	64
Tabel 3.7 <i>Customer Service</i> Memberikan Saran Sesuai Keadaan	65
Tabel 3.8 Mengetahui Adanya Kebijakan Pengembalian Dana.....	65
Tabel 3.9 Akses Informasi Kebijakan Pengembalian Dana Mudah	66
Tabel 3.10 Alur Pengembalian Dana Jelas.....	67
Tabel 3.11 Informasi Jam Buka Restoran Akurat	68
Tabel 3.12 Pesanan Benar-benar Dikirimkan.....	69
Tabel 3.13 Estimasi Waktu Pesanan Sampai Akurat.....	69
Tabel 3.14 Penawaran Berupa Diskon/Voucher Tersedia	70
Tabel 3.15 Informasi Kebijakan Pengguna Tersedia.....	71
Tabel 3.16 Informasi Pribadi Dilindungi	72
Tabel 3.17 Aplikasi Tidak <i>Lagging</i> Saat Digunakan.....	73
Tabel 3.18 Aplikasi Memuat Halaman dengan Cepat	73

Tabel 3.19 Aplikasi Tidak <i>Error</i> Setelah Memasukkan Informasi Order	74
Tabel 3.20 Aplikasi Berfungsi dengan Baik	75
Tabel 3.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan ...	76
Tabel 3.22 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	78
Tabel 3.23 Merasa Senang atas Pelayanan yang Diberikan.....	79
Tabel 3.24 Kualitas Produk Memenuhi Harapan	80
Tabel 3.25 Kualitas Produk Memenuhi Kebutuhan	81
Tabel 3.26 Kualitas Jasa Memenuhi Harapan	81
Tabel 3.27 Kualitas Jasa Memenuhi Kebutuhan	82
Tabel 3.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden mengenai Kepuasan	83
Tabel 3.29 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	85
Tabel 3.30 Ingin Tetap Menggunakan GrabFood	86
Tabel 3.31 Bersedia Merekomendasikan GrabFood.....	87
Tabel 3.32 Tidak Tertarik Menggunakan Layanan Selain GrabFood	88
Tabel 3.33 Rekapitulasi Tanggapan mengenai Loyalitas Pelanggan	89
Tabel 3.34 Kategorisasi Variabel Loyalitas Pelanggan	91
Tabel 3.35 Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	92
Tabel 3.36 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen GrabFood.....	93
Tabel 3.37 Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	93
Tabel 3.38 Uji Signifikansi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan	94
Tabel 3.39 Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	97
Tabel 3.40 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	97
Tabel 3.41 Analisis Regresi Linear Sederhana Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	98
Tabel 3.42 Uji Signifikansi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan ...	99
Tabel 3.43 Korelasi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	102
Tabel 3.44 Koefisien Determinasi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan GrabFood.....	102
Tabel 3.45 Analisis Regresi Linear Sederhana Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	103
Tabel 3.46 Uji Signifikansi Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	104
Tabel 3.47 Regresi Linier Berganda	106
Tabel 3.48 Tabel <i>output</i> Uji Mediasi AF Hayes.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Pengambilan Keputusan Blackwell	13
Gambar 1.2 Model Hipotesa	29
Gambar 1.3 Kurva Uji t (<i>one tailed</i>).....	41
Gambar 3.1 Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	96
Gambar 3.2 Uji t Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	100
Gambar 3.3 Uji t Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Sampel Krejcie dan Morgan	xi
Lampiran B Kuesioner Penelitian.....	xii
Lampiran C Uji PROCESS AF HAYES.....	vi
Lampiran D Rekapitulasi Identitas Responden	ix
Lampiran E Rekapitulasi Jawaban Responden.....	xx
Lampiran F Rekapitulasi Saran	vi