

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI, KEPUASAN,  
DAN PERILAKU PASCA PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
CIRCLE K INDRAGIRI DI SURABAYA

Skripsi S-1



OLEH :  
YOLLANY IRAWAN  
3103009074

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2013

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI, KEPUASAN,  
DAN PERILAKU PASCA PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
CIRCLE K INDRAGIRI DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

YOLLANY IRAWAN

3103009074

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI S-1

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NILAI, KEPUASAN,  
DAN PERILAKU PASCA PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
CIRCLE K INDRAGIRI DI SURABAYA

Oleh:

YOLLANY IRAWAN

3103009074

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si

Tanggal : 4/1/2013

Pembimbing II



C. Mariana Junaedi, SE., M.Si

Tanggal : 4/1/2013

**HALAMAN PENGESAHAN**

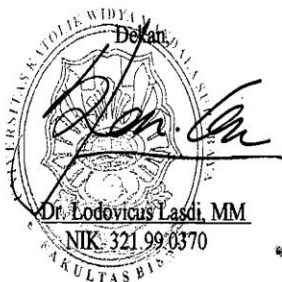
Skripsi yang ditulis oleh : YOLLANY IRAWAN, NRP : 3103009074 telah  
diuji pada tanggal 14 Januari 2013 dan dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji:



Dr. Christina Esti Susanti, MM, CPMAP

Mengetahui:



Ketua Jurusan,



Herlina Yoka Roida, SE., M.Com  
NIK. 311.99.0263

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YOLLANY IRAWAN

NRP : 3103009074

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Nilai, Kepuasan,  
dan Perilaku Pasca Pembelian Pada Pelanggan Circle K  
Indragiri di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di *internet* atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Januari 2013.

Yang Menyatakan,

METERAI  
TEMPEL  
PALEMBANG  
15823ABE25  
6000  
(YOLLANY IRAWAN)



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki.

Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Com selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing penulisan skripsi ini.
4. Ibu C.Marliana Junaedi, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II atas kesabaran dan waktu yang telah diluangkan dalam memberikan bimbingan penulisan skripsi ini serta memberikan masukan kepada penulis.
5. Para dosen pendidik semua mata kuliah serta teman-teman yang secara langsung maupun tidak langsung turut memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh staf pengajar, dan karyawan non-edukatif pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bimbingan dan ilmu pengetahuan yang telah diberikan selama perkuliahan.
7. Papi (almarhum) dan Mami tercinta yang membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan moril, semangat, doa, dan finansial kepada penulis selama ini.
8. Ce Dessy, Ce Merry, Ko Freddy, dan Ko Andy yang selalu memberikan semangat dan memberi masukan serta membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga penulisan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 22 Januari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| KATA PENGANTAR .....  | v       |
| DAFTAR ISI .....  | vii     |
| DAFTAR TABEL .....  | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xi      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....   | xii     |
| ABSTRAK.....  | xiii    |
| ABSTRACT .....  | xiv     |
| BAB 1. PENDAHULUAN .....  | 1       |
| 1.1. Latar Belakang Permasalahan.....                                 | 1       |
| 1.2. Rumusan Masalah.....   | 6       |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....  | 7       |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....  | 7       |
| 1.5. Sistematika Penulisan Skripsi .....                              | 8       |
| BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....                                     | 10      |
| 2.1. Penelitian Terdahulu .....                                       | 10      |
| 2.2. Landasan Teori .....   | 12      |
| 2.2.1. Kualitas Layanan.....  | 12      |
| 2.2.2. Nilai Pelanggan .....  | 13      |
| 2.2.3. Kepuasan Pelanggan .....                                       | 14      |
| 2.2.4. Perilaku Pasca Pembelian.....                                  | 14      |
| 2.3. Hubungan Antar Variabel .....                                    | 16      |
| 2.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan<br>Terhadap Nilai Pelanggan .....    | 16      |
| 2.3.2. Pengaruh Kualitas Layanan<br>Terhadap Kepuasan Pelanggan ..... | 16      |



|   |           |
|---|-----------|
| 2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan                          |           |
| Terhadap Perilaku Pasca Pembelian.....                    | 17        |
| 2.3.4. Pengaruh Nilai Pelanggan                           |           |
| Terhadap Perilaku Pasca Pembelian.....                    | 18        |
| 2.3.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan                        |           |
| Terhadap Perilaku Pasca Pembelian.....                    | 18        |
| 2.3.6. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap                  |           |
| Kepuasan Pelanggan .....                                  | 19        |
| 2.3.7. Nilai Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan             |           |
| Memediasi Hubungan Antara Kualitas Layanan                |           |
| Terhadap Perilaku Pasca Pembelian.....                    | 19        |
| 2.4. Kerangka Penelitian.....                             | 20        |
| 2.5. Hipotesis .....                                      | 20        |
| <b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>                     | <b>22</b> |
| 3.1. Desain Penelitian .....                              | 22        |
| 3.2. Identifikasi Variabel .....                          | 22        |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel .....                  | 22        |
| 3.3.1. Kualitas Layanan.....                              | 22        |
| 3.3.2. Nilai Pelanggan.....                               | 23        |
| 3.3.3. Kepuasan Pelanggan .....                           | 24        |
| 3.3.4. Perilaku Pasca Pembelian.....                      | 24        |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data.....                           | 25        |
| 3.5. Pengukuran Variabel .....                            | 25        |
| 3.6. Metode dan Alat Pengumpulan Data .....               | 25        |
| 3.6.1. Metode Pengumpulan Data .....                      | 25        |
| 3.6.2. Alat Pengumpulan Data .....                        | 26        |
| 3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 26        |

|   |    |
|---|----|
| 3.7.1. Populasi.....  | 26 |
| 3.7.2. Sampel.....  | 26 |
| 3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....                         | 27 |
| 3.8. Teknik Analisis Data .....                               | 27 |
| BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....                          | 38 |
| 4.1. Deskripsi Responden .....                                | 38 |
| 4.2. Statistik Deskriptif Variabel – Variabel Penelitian..... | 40 |
| 4.3. Analisis Data.....                                       | 45 |
| 4.3.1. Uji Normalitas .....                                   | 45 |
| 4.3.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....                  | 47 |
| 4.3.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....                   | 49 |
| 4.3.3.1. Uji Validitas .....                                  | 49 |
| 4.3.3.2. Uji Reliabilitas .....                               | 51 |
| 4.3.4. Uji Kecocokan Model Struktural .....                   | 53 |
| 4.4. Pembahasan .....   | 62 |
| BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....                                | 66 |
| 5.1. Simpulan.....  | 69 |
| 5.2. Saran .....  | 70 |

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian .....   | 11      |
| Tabel 4.1. Klasifikasi Responden.....   | 38      |
| Tabel 4.2. Interval Rata-rata Skor .....  | 41      |
| Tabel 4.3 Statistik Deskriptif<br>Variabel Kualitas Layanan.....  | 41      |
| Tabel 4.4 Statistik Deskriptif<br>Variabel Nilai Pelanggan .....  | 43      |
| Tabel 4.5 Statistik Deskriptif<br>Variabel Kepuasan Pelanggan.....                                      | 44      |
| Tabel 4.6 Statistik Deskriptif<br>Variabel Perilaku Pasca Pembelian.....                                | 45      |
| Tabel 4.7 <i>Test of Univariate Normality for<br/>Continuous Variables.....</i>                         | 46      |
| Tabel 4.8 <i>Test of Multivariate Normality for<br/>Continuous Variables.....</i>                       | 47      |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....  | 47      |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....   | 49      |
| Tabel 4.11 Data Untuk Perhitungan Uji Reliabilitas.....   | 51      |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....  | 58      |
| Tabel 4.13 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung<br>dan Pengaruh Total antara Variabel Laten ..... | 59      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                      | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 Kerangka Penelitian ..... | 20      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Hasil Isian Kuesioner

Lampiran 3. Hasil SEM

Lampiran 4. Gambar

## ABSTRAK

Gaya hidup dan kebutuhan yang selalu berubah membuat masyarakat harus menyikapi keberadaan ritel modern. Berbelanja di ritel modern menjadi pilihan saat ini daripada berbelanja di ritel tradisional, hal ini disebabkan karena keunggulan pada fasilitas, keamanan dan kenyamanan ketika berbelanja. Perubahan tersebut harus dihadapi peritel untuk meningkatkan kualitas dalam memberikan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap nilai, kepuasan dan perilaku pasca pembelian pada pelanggan Circle K Indragiri di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada para responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui program LISREL 8.70.

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan, kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap perilaku pasca pembelian, nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap perilaku pasca pembelian.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Perilaku Pasca Pembelian

## ABSTRACT

Lifestyle and the ever changing needs of the community should be made to address the existence of modern retail. Shopping in modern retail choice today than shopping at traditional retail, it is because of excellence in facilities, security and convenience when shopping. The changes are must be faced to improve the quality retailers in providing the best service for its customers.

The purpose of this study was to determine the effect of service quality toward the value, satisfaction and post-purchase behavior of the customer at the Circle K Indragiri Surabaya.

This study uses primary data collected through the distribution of questionnaires to the respondents. The sample used in this study were as many as 150 respondents with a sampling technique that is purposive sampling. The data analysis technique in this study used Stuctural Equation Modeling (SEM) via LISREL 8.70 program.

The study found that service quality affects customer value and customer satisfaction, service quality had no effect on post-purchase behavior, customer value and customer satisfaction influence on post-purchase behavior, customer value has no effect on customer satisfaction, customer value and customer satisfaction mediates the effect of services quality to post-purchase behavior.

**Keywords:** Service Quality, Customer Value, Customer Satisfaction and Post-Purchase Behavior