

**PENGARUH *PROGRAM LOYALTY*, HARGA, KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN  
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. BINO MITRA SEJATI  
CABANG SURABAYA**



**Oleh:  
Sigit Arie Wibowo  
126.151.0.1723**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2017**

**PENGARUH *PROGRAM LOYALTY*, HARGA, KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN  
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. BINO MITRA SEJATI  
CABANG SURABAYA**

**TESIS**

**Program Studi Magister Manajemen  
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**

**Oleh:  
Sigit Arie Wibowo  
126.151.0.1723**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2017**

**TESIS**

**PENGARUH *PROGRAM LOYALTY*, HARGA, KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN  
LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. BINO MITRA SEJATI  
CABANG SURABAYA**

Diajukan Oleh :

**Sigit Arie Wibowo  
126.151.0.1723**

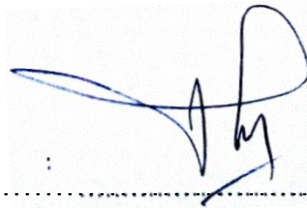
**Disetujui untuk diujikan :**

**Surabaya, 26 Januari 2017**

Dosen Pembimbing I :



Dosen Pembimbing II :



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2017**

Pengaruh Program Loyalty, Harga, Kualitas Produk  
Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen  
Pada PT. Bimo Mitra Sejati Cabang Surabaya

Diajukan oleh :  
SIGIT ARIE WIBOWO  
NIM. 126. 151. 0. 1723

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Dinyatakan Lulus pada ujian Thesis Program Studi Magister Manajemen  
Program Pascasarjana Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada tanggal 04 Februari 2017  
Tim Penguji


Ketua : Dr. Nanis Susanti, MM.

Anggota : Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT., MM

Anggota : Dr. H. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
Dr. Sigit Sardjono, M.Ec

  
.....  
 5/17  
.....

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Sigit Arie Wibowo., SE.  
NIM : 126.151.0.1723  
Program Studi /Fakultas : Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Judul : Pengaruh Program Loyalty, Harga, Kualitas Produk  
Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas  
Konsumen Pada PT. Bino Mitra Sejati  
Cabang Surabaya  
Alamat Surabaya : JL. Ngagel Tama Utara III Nomor 4, Surabaya  
Nomor Hand Phone : 08563457851

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penciplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, maupun di Perguruan Tinggi lainnya;
2. Dalam Tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa tekanan dan paksaan dari siapapun

Surabaya, 20 Februari 2017  
Yang Membuat Pernyataan



Sigit Arie Wibowo.,SE  
NIM. 126.151.0.1723

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah perusahaan mengakibatkan persaingan semakin kompetitif. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan keadaan pasar dan menentukan strategi yang tepat. Selain itu, perusahaan dituntut untuk dapat memusatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh *program loyalty*, kualitas produk, harga terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Rancangan penelitian ini menggunakan desain kausal dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil adalah konsumen PT. Bino Mitra Sejati area Surabaya Barat dan Gresik yang pernah melakukan pembelian di PT. Bino Mitra Sejati minimal 2 kali dalam 6 bulan terakhir sebanyak 85 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS).

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) program loyalty berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (2) kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (3) harga tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen; (4) program loyalty berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (5) kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (6) harga tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen; (7) kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci: Program Loyalty, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen**

## ABSTRACT

Business development marked by the increasing number of companies resulted in an increasingly competitive rivalry. It requires every company to pay attention to the state of the market and determine the right strategy. In addition, the company is required to be able to centralize customer satisfaction. This study aims to identify and prove the influence of loyalty programs, product quality, prices on consumer satisfaction and consumer loyalty.

The design of this study is causal design with quantitative approach. Samples taken are consumer PT. Bino Mitra Sejati area of West Surabaya and Gresik ever made a purchase in PT. Bino Mitra Sejati at least 2 times in the last 6 months as many as 85 respondents. The data collection is done by distributing questionnaires. Data analysis technique used is Structural Equation Model (SEM) programs Partial Least Square (PLS).

The results in this study show that: (1) loyalty program has a positive effect on customer satisfaction; (2) product quality has a positive effect on customer satisfaction; (3) prices do not have a positive effect on consumer satisfaction; (4) loyalty program has a positive effect on customer loyalty; (5) product quality has a positive effect on customer loyalty; (6) prices do not have a positive effect on customer loyalty; (7) consumer satisfaction has a positive effect on customer loyalty.

**Keywords: Loyalty Program, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan Tesis dengan judul **“Pengaruh Program *Loyalty*, Harga, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Pada Pt. Bino Mitra Sejati Cabang Surabaya”**.

Penulis menghaturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. drg. Hj. Ida Ayu Brahmasari, Dipl.DHE.MPA. sebagai Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
2. Dr. Sigit Sardjono, MS sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah meluangkan waktu dan dengan telaten dan penuh kesabaran memberikan motivasi, bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir penulisan tesis ini.
3. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas., SH., MM. sebagai Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah membantu penulis selama studi hingga akhir penulisan di Program Studi Magister Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Nanis Susanti., MM. sebagai Promotor yang telah memberikan banyak masukan, menunjukkan berbagai kesalahan/kekurangan dan selalu mengingatkan serta mendorong untuk menyelesaikan studi hingga akhir penulisan.
5. Dr. H. Abdul Halik., MM. sebagai Co. Promotor yang telah memberikan banyak masukan, menunjukkan berbagai kesalahan/kekurangan dan selalu mengingatkan serta mendorong untuk menyelesaikan studi hingga akhir penulisan.
6. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT., MM sebagai Tim Penguji
7. Dr. H. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI sebagai Tim Penguji



8. Segenap Bapak/Ibu Dosen beserta Pegawai Program Studi Magister Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis sejak mengikuti program pendidikan hingga akhir penyelenggaraan pendidikan.
9. Edy Suwanto., SE sebagai Kepala Cabang PT. Bino Mitra Sejati Cabang Surabaya yang telah memberi ijin penulis mengadakan penelitian di PT. Bino Mitra Sejati Cabang Surabaya, membantu, mendukung, masukkan dan saran dalam penulisan Tesis ini
10. Allah SWT, Kedua Orang Tuaku (Ir. Sunarno dan Astuti Handayani), Dr. Arini Sulistyowati., SE., M.A.P (Istri), Mertua (Laksamana Pertama TNI AL (Purn) Rahyono M.Sc dan Endang Sih Soetanti), Alm. Kariono, Alm Mbah Mat, Alm Yangkung wardi, Alm yangti wardi, Mas Ariyanto, Mbak Fevy, Mas Ariadi, Mbak Tika, Catur, Ariani, Dhani, Roni, Prasetyo, Vania beserta ketujuh ponakanku (Abiil, Alya, Arka, Abii, Ganis, Yoga dan Gea). Beliau adalah sumber inspirasi, sumber kekuatan dan semangat juangku, tidak pernah bosan memberikan dorongan semangat, sekaligus memberikan doa kepada penulis agar penulis menyelesaikan kuliah Magister Manajemen.
11. Keluarga besar tercinta sebagai anugrah terbesar dalam hidupku, yaitu: Keluarga besar Alm. Kariono, Keluarga besar Alm. Soewardi, Keluarga besar di Pare, Keluarga besar Alm. Soekamto, dan Keluarga besar Alm. Sasongo Puspowijoyo, penulis menghaturkan terima kasih atas doa, kasih sayang, nasehat dan dukungannya.
12. Segenap Rekan kantor PT. Bino Mitra Sejati Cabang Surabaya
13. Segenap rekan dan sahabat seperjuangan pada Program Magister Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 menjadi teman diskusi dalam berbagai hal yang dapat menambah wawasan penulis dalam mempelajari ilmu manajemen. Penulis menghaturkan terima kasih atas segalanya
14. Segenap sahabat dan teman-teman S1 Ekonomi Manajemen Universitas Airlangga Surabaya yang selama ini telah memberikan doa dan dukungan.
15. Penulis menghaturkan terima kasih atas segalanya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dan dukungannya. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara dibalas oleh Allah SWT.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjutan di masa mendatang. Akhir kata, semoga Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti dan pengembangan ilmu pengetahuan, Aamiin Allahumma Aamiin.

Surabaya, 26 Januari 2017

Penyusun,

Sigit Arie Wibowo

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR SAMPUL DEPAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL DALAM.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1. Nurullaili dan Wijayanto (2013).....	9
2.1.2. Worodiyanti dan Maspiyah (2016) .....	10
2.1.3. Zakaria et al (2014).....	10
2.1.4. Chinomona & Dubihlela (2014) .....	11
2.1.5. Mahmud et al (2013).....	12
2.1.6. Jahanshahi et al (2011).....	13
2.1.7. Odunlami dan Mattehew (2015).....	13
2.1.8. Malik dan Ghafoor (2012) .....	14
2.1.9. Mosahab, et al., (2010) .....	14
2.1.10. Asmayadi dan Hartini (2015).....	15
2.1.11. Yuen & Chan (2010).....	16
2.1.12. Hafeez & Muhammad (2012) .....	16

2.2.	Landasan Teori .....	17
2.2.1.	Pemasaran .....	17
2.2.2.	Bauran Pemasaran.....	18
2.2.3.	<i>Program Loyalty</i> .....	19
2.2.4.	Kualitas Produk.....	21
2.2.5.	Harga.....	24
2.2.6.	Kepuasan.....	25
2.2.7.	Loyalitas.....	26
<b>BAB III</b>	<b>KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS</b>	
	<b>PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1.	Kerangka Konseptual.....	31
3.2.	Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB IV</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
4.1.	Rancangan Penelitian.....	33
4.2.	Populasi dan Sampel.....	33
4.2.1.	Populasi.....	33
4.2.2.	Sampel.....	34
4.3.	Batasan dan Asumsi Penelitian.....	35
4.3.1.	Batasan Penelitian.....	35
4.3.2.	Asumsi Penelitian .....	35
4.4.	Instrumen Penelitian dan Desain Kuisioner.....	35
4.4.1.	Instrumen Penelitian .....	35
4.4.2.	Desain Kuisioner.....	38
4.5.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	40
4.6.	Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data.....	40
4.7.	Teknik Analisis Data .....	41
4.7.1.	Uji Validitas .....	41
4.7.2.	Uji Reliabilitas.....	41
4.7.3.	Uji Hipotesis .....	42
4.7.4.	Analisis Deskriptif .....	46

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1. Gambaran Objek Penelitian .....	48
5.1.1. Sejarah Singkat PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya.....	48
5.2. Deskriptif Hasil Penelitian.....	59
5.2.1. Gambaran Karakteristik Responden .....	59
5.2.2. Gambaran Jawaban Responden .....	51
5.3. Teknik Analisa Data .....	57
5.3.1. Evaluasi Outer Model .....	57
5.3.2. Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	66
5.4. Pembahasan .....	71
5.4.1. Pengaruh Program <i>Loyalty</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	71
5.4.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	72
5.4.3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen ....	73
5.4.4. Pengaruh Program <i>Loyalty</i> Terhadap Loyalitas Konsumen .....	74
5.4.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen .....	75
5.4.6. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	75
5.4.7. Pengaruh Kepuasan konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76

## **BAB VI SIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Simpulan .....	77
6.2 Saran .....	78

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

Tabel	1.1	Hasil Survey Awal.....	3
Tabel	4.1	Desain Kuisisioner .....	38
Tabel	4.2	<i>Rule of Thumb Outer</i> model reflektif .....	43
Tabel	4.3	<i>Rule of Thumb</i> Reliabilitas <i>Outer</i> Model Reflektif .....	44
Tabel	4.4	<i>Rule of Thumb Outer</i> Model Formatif.....	45
Tabel	4.5	<i>Rule of Thumb Inner</i> Model .....	45
Tabel	4.6	<i>Rule of Thumb</i> Uji Hipotesis .....	46
Tabel	5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel	5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel	5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali melakukan Pembelian di PT. BINO MITRA SEJATI Surabaya.....	51
Tabel	5.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Program <i>Loyalty</i> ( $X_1$ ) ..	52
Tabel	5.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk ( $X_2$ ) ..	53
Tabel	5.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Harga ( $X_3$ ) .....	55
Tabel	5.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan ( $Z$ ).....	56
Tabel	5.8	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas ( $Y$ ) .....	57
Tabel	5.9	<i>Results For Outer Loadings</i> .....	58
Tabel	5.10	<i>Average Variance extracted</i> (AVE) .....	64
Tabel	5.11	<i>Cross Loading</i> .....	65
Tabel	5.12	<i>Composite Reliability</i> .....	66
Tabel	5.13	Hubungan Antar Variabel.....	68
Tabel	5.14	Nilai <i>R-Square</i> .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	3.1	Kerangka Pemikiran .....	31
Gambar	5.1	PT. Bino Mitra Sejahtera .....	48
Gambar	5.2	Uji Validitas Program Loyalty ( $X_1$ ).....	60
Gambar	5.3	Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ ).....	61
Gambar	5.4	Uji Validitas Harga ( $X_3$ ) .....	62
Gambar	5.5	Uji Validitas Kepuasan ( $Z$ ) .....	63
Gambar	5.6	Uji Validitas Loyalitas ( $Y$ ) .....	64
Gambar	5.7	Model PLS .....	67