SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET

(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Nginden Semolo 53 Surabaya)

****

**Oleh :**

**Tri Wulandari**

**NBI : 1211600174**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET

(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Nginden Semolo 53 Surabaya)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna

mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan BisniS

**Oleh :**

**Tri Wulandari**

**NBI : 1211600174**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**Nama Lengkap : Tri Wulandari**

**NBI : 1211600174**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis**

**Program Studi : Manajemen**

**Judul Skripsi :**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Nginden Semolo 53)**

**Surabaya, 8 , Mei, 2020**

**Mengetahui / Menyetujui**

**Pembimbing**

**Dr. Endah Budiarti,M.si**

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada tanggal:

19 Juni 2020

TIM PENGUJI :

1. Dr. Endah Budiarti, M.si - Ketua

2. drg. Pramita Studiviany, S.mm - Anggota

3. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM - Anggota

Mengesahkan

Fakultas ekonomi dan bisnis universitas 17 agustus 1945 surabaya

Dekan

Dr. H. Slamet Riyadi M.Si., Ak., CA.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | U N I V E R S I T A S  **17 AGUSTUS 1945**  S U R A B A Y A | **Badan perpustakaan**  jl. Semolowaru 45 Surabaya  Tlp. 031 593 1800 (ex 311)  Email: perpus@untag-sby.ac.id. |

**LEMBARPERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

**KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Wulandari

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenis Karya : Disertasi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET

(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Nginden Semolo 53 Surabaya)

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 20 julii 2020

Yang Menyatakan

Materai

6000

( Tri Wulandari )

**SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Tri Wulandari
2. NBI : 1211600174
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) :3516184711970003
6. Alamat Rumah (KTP) : Ds. Wunut RT/05 Kec. Mojoanyar Kab. Mojokerto

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDOMARET**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret di Nginden Semolo 53 Surabaya)**

Adalah benar – benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmia orang lain berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sangsi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi Untag Surabaya.

Surabaya,20 Juni 2020

Yang Membuat

(Tri Wulandari)

KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Segala puji dan syukur senantiasa terucapkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta shalawat dan salam tercurahkan kepada junjungan besar Baginda Nabi Muhammad SAW, sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir Kualitas Pelayanan Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen Indomaret Surabaya ini dengan baik. Segala usaha dan upaya yang telah penulis lakukan untuk menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin, namu penulis menyadari bahwa sepenuhnya skripsi ini tidak luput dari kekurangan, sehingga kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Sebagai transisi menuju pencapaian loyalitas konsumen yang baik, penelitian ini mempunyai pengaruh yang berkaitan erat dengan loyalitas konsumen yang masih perlu disajikan sebagai satu kesatuan dalam penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan wawasan tentang kualitas pelayanan,persepsi harga dan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen yang perlu diperhatikan dan dicapai agar memperoleh wawasan yang baik. Skripsi ini menjabarkan usaha yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang diharapkan dimana konsumen diberikan kesempatan untuk menjadi sumber pembelajaran dan sumber informasi lain yang membuka wawasan dan pengaruh yang terbentuk luas disekitarnya. Implementasi terbatas pada pengukuran loyalitas konsumen telah mendapat tanggapan yang sangta positif dan masukkan yang sangat berharga melalui skripsi ini. Pengalaman sebelumnya tersebut digunakan semaksimal mungkin dalam menyiapkan skripsi ini untuk menyiapkan implementasi yang sangat menyeluruh bagi konsumen untuk sekarang dan seterusnya. Skripsi ini juga penyempurnaan dari model penelitian yang telah ada sebelumnya. Skripsi ini sangat terbuka dan dapat terus dilakukan perbaikan serta penyempurna dimasa mendatang.

Mudah – mudahan skripsi ini dapat memberikan yang terbaik bagi kemajuan dunia pendidikan dan keilmuan serta dapat meningkatkan dan memajukan organisasi dalam rangka mempersiapkan mencapai kinerja karyawan yang terbaik dan tertinggi.Saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih yang sebesar - besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Dr. Endah Budiarti,M.Si selaku pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterimakasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI, selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang sudah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ekonomi manajemen difakultas ekonomi dan bisnis, Universitas 17 Agustus 1945surabaya
3. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada sayaselama menempuh perkuliahan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya program sarjan Ekonomi Manajemen
4. Dra. Ec. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku keapala program studi manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu saya dalam proses kelancaran perkuliahan saya.
5. drg. Pramita Studiviany, S.mm selaku dosen anggota penguji saya yang telah meluangkan waktu-nya ditengah – tengah kesibukan.
6. Drs. Ec. Mohammad Suyanto, MM selaku dosen anggota penguji saya yang telah meluangkan waktu-nya ditengah – tengah kesibukan.
7. Seluruh staf dan karyawan tata usaha difakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah banyak membantu saya dari awal perkuliahan hingga ujian skripsi ini.
8. Kukuh Prasetya selaku kepala staf Indomaret Nginden Semolo 53 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian.
9. Suwandi dan Titin Hamzah selaku kedua orangtua saya serta saudara saya Laili Anisa Atin Hidayah tercinta yang selalu memberikan dukungan dan nasehat sehingga apa yang aku kerjakan atau lakukan bisa terlaksana
10. Didik sunoko selaku pasangan saya yang senang hati menemani dan memberikan motivasi serta dukungan hingga saat ini.
11. Seluruh sahabat saya icha, ajeng, nia dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat untuk menjalani proses perkuliahan.

Penulisan skripsi ini masih banyak kekurangandan masih jauh dari kata sempurna dan saya menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

motto saya adalah *“Selalu ada harapan bagi mereka yang sering berdoa, Selalu ada jalan bagi mereka yang berusaha”.* Allah selalu memberikan harapan dan kepastian bagi umatnya yang sering berdoa, dan selalu ada petunjuk bagi mereka yang yang selalu berusaha mencapai tujuan.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih

Surabaya,20 juni 2020

Tri Wulandari

RINGKASAN

Dalam era globalisasi saat ini perkembangan perusahaan membuat persaingan menjadi semakin ketat. Kebutuhan manusia yang semakin meningkat, memungkinkan bisnis ritel yang sangat banyak dan pesat, sehingga para konsumen saat ini lebih selektif dalam memilih tempat untuk berbelanja kebutuhan sehari – hari. Munculnya bisnis ritel seperti minimarket, supermarket,hypermarket adalah bentuk bagian dari meningkatnya modernisasi dari pasar tradisional yang memungkinkan konsumen berbelanja dengan fasilitas dan kenyamanan serta pelayanan yang sangat baik. Selain memberikan tempat,fasilitas dan harga yang mereka berikan juga cukup bersaing dibanding pasar tradisional.Tujuan penelitian yang akan dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas adalah untuk mengetahui, menganalisis dan menjawab peranan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Indomaret Ngingen Semolo 53 Surabaya.

Dalam pelaksanaa dilapangan, penelitian ini mengambil data primer yaitu dengan menggungakan kuisioner dengan jumlah 100 responden. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Adapun data sekunder selain data primer yang diperoleh dari staf Indomaret Surabaya meliputi profil perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.Teknik pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan koefisien determinasi (R2).

Hasil pada analisis dengan menggunakan regresi linier berganda yang sekaligus menjawab hipotesis dengan menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen. Inovasi Produk (X2) Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen. Persepsi Harga (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Konsumen. Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Inovasi Produk Berpengaruh Secara Simultan Trhadap Loyalitas Konsumen.

Koefisien determinasi R2 sebesar 0.300 yang berarti bahwa naik turunnya Loyalitas Konsumen Indomaret, 30 % dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2) dan Inovasi Produk (X3). Sedangkan sisanya 70% dipengaruhi oleh faktor kepuasan, faktor ikatan emosi konsumen,faktor kepercayaan,lokasi faktor kemudahan bertransaksi atau berbelanja ,dan faktor pengalaman dengan perusahaan

ABSTRAK

Indomaret merupakan salah satu pasar modern yang ada di Indonesia. Indomaret adalah jaringan terluas yang menyediakan kebutuhan sehari – hari dengan luas penjualan 200 M2. Sebagai bisnis ritel pertama di Indonesia yang berbentuk minimarket. Indomaret didirikan oleh PT Indomarco Prismatama sejak tahun 1998. Sebab itu Indomaret merupakan minimarket yang menjadi *leader* dalam usaha ritel milik Grup salim. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis: (1) Pengaruh Kualitas Pelayanan tehadap Loyalitas Konsumen. (2) Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen. (3) Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen. (4) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen. Studi kasus pada Konsumen Indomaret Nginden Semolo 53 Surabaya.Penelitian ini dilakukan di daerah Nginden Semolo 53 Surabaya.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan. Teknik pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan koefisien determinasi (R2)

Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Inovasi Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Inovasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Koefisien determinasi R2 sebesar 0.300 yang berarti bahwa naik turunnya Loyalitas Konsumen Indomaret, 30 % dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Persepsi Harga (X2) dan Inovasi Produk (X3). Sedangkan sisanya 70% dipengaruhi oleh faktor kepuasan, faktor ikatan emosi konsumen,faktor kepercayaan,lokasi faktor kemudahan bertransaksi atau berbelanja ,dan faktor pengalaman dengan perusahaan.

**Kata kunci** : Kualitas pelayanan, Persepsi Harga, Inovasi Produk dan Loyalitas Konsumen, Indomaret

DAFTAR ISI

COVER LUAR i

COVER DALAM ii

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI…………………………………………………….........iii

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI…………………………………………………………iv

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT……………………………………………………………v

[KATA PERSEMBAHAN DAN MOTTO vi](#_Toc46061698)

[KATA PENGANTAR vii](#_Toc46061699)

[RINGKASAN viii](#_Toc46061700)

[ABSTRAK ix](#_Toc46061701)

[DAFTAR ISI x](#_Toc46061702)

[DAFTAR TABEL xiii](#_Toc46061703)

[DAFTAR GAMBAR xiv](#_Toc46061704)

[DAFTAR LAMPIRAN xv](#_Toc46061705)

[BAB I 1](#_Toc46061706)

[1.1 Latar Belakang 1](#_Toc46061707)

[1.2. Tujuan Penelitian 3](#_Toc46061708)

[1.3. Manfaat penelitian 3](#_Toc46061709)

[BAB II 5](#_Toc46061710)

[2.1. Landasan Teori 5](#_Toc46061711)

[2.1.1 Manajemen Pemasaran 5](#_Toc46061712)

[2.1.1.1 Definisi Pemasaran 5](#_Toc46061713)

[2.1.2 Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa 6](#_Toc46061714)

[2.1.3 Karakteristi Jasa 6](#_Toc46061715)

[2.1.4 Kualitas Pelayanan 7](#_Toc46061716)

[2.1.4.1 Pengertian kualitas pelayanan 7](#_Toc46061717)

[2.1.4.2 Teori Kualitas Pelayanan 7](#_Toc46061718)

[2.1.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan 7](#_Toc46061719)

[2.1.5 Persepsi Harga 9](#_Toc46061720)

[2.1.5.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi 9](#_Toc46061721)

[2.1.5.2 Indikator persepsi harga 10](#_Toc46061722)

[2.1.5.3 Metode Penetapan Harga 10](#_Toc46061723)

[2.1.6 Inovasi produk. 11](#_Toc46061724)

[2.1.6.1 Inovasi 11](#_Toc46061725)

[2.1.6.2 Pengertian Inovasi Produk 12](#_Toc46061726)

[2.1.6.3 Bentuk - Bentuk Inovasi Produk 12](#_Toc46061727)

[2.1.6.4 Dimensi Inovasi Produk 12](#_Toc46061728)

[2.1.6.5 Inovasi Jasa / Pelayanan 14](#_Toc46061729)

[2.1.6.6 Dampak Inovasi Jasa bagi perusahaan 14](#_Toc46061730)

[2.1.7 Loyalitas Konsumen 15](#_Toc46061731)

[2.1.7.1 Pengertian Loyalitas Konsumen 15](#_Toc46061732)

[2.1.7.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen 15](#_Toc46061733)

[2.1.7.3 Faktor – Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen 16](#_Toc46061734)

[2.1.7.4 Indikator Loyalitas Konsumen 16](#_Toc46061735)

[2.1.7.5 Tahap Pembentukan Loyalitas Konsumen 16](#_Toc46061736)

[2.2 Hubungan Antar Variabel 17](#_Toc46061737)

[2.2.1 Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen 17](#_Toc46061738)

[2.2.2 Hubungan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen 17](#_Toc46061739)

[2.2.3 Hubungan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen 17](#_Toc46061740)

[2.3 Penelitian Terdahulu 18](#_Toc46061741)

[2.4 Kerangka Konseptual 21](#_Toc46061742)

[BAB III 23](#_Toc46061743)

[3.1 Desain penelitian 23](#_Toc46061744)

[3.2 Tempat dan waktu 23](#_Toc46061745)

[3.3 Jenis dan sumber Data 23](#_Toc46061746)

[3.4 Populasi dan Sampel 23](#_Toc46061747)

[3.4.1 Populasi 23](#_Toc46061748)

[3.4.2 Sampel 24](#_Toc46061749)

[3.5 Teknik Pengumpulan Data 24](#_Toc46061750)

[3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional 25](#_Toc46061751)

[3.6.1 Definisi variabel 25](#_Toc46061752)

[3.6.2 Definisi Operasional 25](#_Toc46061753)

[3.7 Proses Pengolahan Data 27](#_Toc46061754)

[3.8 Metode Analisis Data 27](#_Toc46061755)

[1.8.1. Uji kualitas Data 27](#_Toc46061756)

[1.8.2. Uji Asumsi Klasik 28](#_Toc46061757)

[BAB IV 31](#_Toc46061758)

[HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 31](#_Toc46061759)

[4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 31](#_Toc46061760)

[4.1.1 VIsi dan Misi Indomaret 31](#_Toc46061761)

[4.1.2 Struktur Organisasi Indomaret 32](#_Toc46061762)

[4.1.3 Tugas Kerja Karyawan 32](#_Toc46061763)

[4.2 Deskripsi Hasil Penelititan 33](#_Toc46061764)

[4.2.1 Karakteristik Responden 33](#_Toc46061765)

[4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian 34](#_Toc46061766)

[4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 36](#_Toc46061767)

[4.3.1 Uji Validitas 36](#_Toc46061775)

[4.3.2 Uji Reliabilitas 37](#_Toc46061776)

[4.4. Analisis Data 40](#_Toc46061777)

[4.4.1. Regresi Linier Berganda 40](#_Toc46061778)

[4.5. Pengujian Hipotesis 41](#_Toc46061779)

[4.5.1 Uji Parsial (Uji t) 41](#_Toc46061780)

[4.3.3 Uji F (Uji Simultan) 43](#_Toc46061781)

[4.3.4 Analisis Koefisien Determinasi (R2) 43](#_Toc46061782)

[4.6. Pembahasan 44](#_Toc46061783)

[4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen 44](#_Toc46061784)

[4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen 44](#_Toc46061785)

[4.6.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen 45](#_Toc46061786)

[4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen 45](#_Toc46061787)

[4.7. Implikasi Penelitian 46](#_Toc46061788)

[4.8. Keterbatasan Penelitian 46](#_Toc46061789)

[BAB V 47](#_Toc46061790)

[PENUTUP 47](#_Toc46061791)

[5.1. Simpulan 47](#_Toc46061793)

[5.2. Saran 47](#_Toc46061794)

[Daftar Pustaka 48](#_Toc46061795)

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Kualitas Layanan Dalam Bisnis Ritel 35

Tabel 2.2 Mapping Penelitian Terdahulu 56

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden 85

Tabel 4.2 Pekerjaan Responden 85

Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan 87

Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Persepsi Harga 88

Tabel 4.5 Hasil Tanggapan responden pada Variabel Invoasi Produk (X3) 89

Tabel 4.5 Hasil Tanggapan responden pada Variabel Invoasi Produk (X3) 90

Tabel 4.7 Uji validitas 91

Tabel 4.8 Uji Reliable 92

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolonieritas 93

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas 95

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda 96

Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji t 98

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji F 100

Tabel 4.14 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 102

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1Kerangka Konseptual 60

Gambar 4.1 Struktur Organisasi 83

Gambar 4.2 Grafik Pengujian Heteroskedastisitas 94

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisioner 94

Lampiran 2 Data seluruh jawaban kuisioner responden 99

Lampiran 3 Karakteristik Responden 101

Lampiran 4 Uji Instrumen 102

Lampiran 5 Analisis data 107

Lampiran 6 Pengujian Hipotesis 108