

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS  
LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS  
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Kasus Pada PT Andi Dwi Haryanto Tunas Merapi)



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun oleh:**

**NANDA HAGI ANDITYA**

**B100160 352**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Proposal Skripsi dengan judul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA PT ANDI DWI HARYANTO TUNAS MERAPI)

Yang ditulis dan disusun oleh:

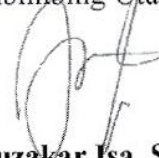
**NANDA HAGI ANDITYA**

**B 100 160 352**

Penandatanganan berpendapat bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Pembimbing Utama



**Dr. Muzakar Isa, S.E.,M.Si**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



  
**Dr. H. Syamsudin, SE, MM**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NANDA HAGI ANDITYA

NIM : B100160352

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING,  
KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

  
(NANDA HAGI ANDITYA)

“Karunia Allah yang sangat lengkap merupakan menempuh kehidupan bersumber pada ilmu”

**(Ali Bin Abi Thalib)**

“Menuntut ilmu merupakan takwa, mengantarkan ilmu merupakan ibadah, mengulang ilmu merupakan dzikir, mencari ilmu merupakan jihad”

**(Al - Ghazali)**

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, tentu Allah akan memudahkannya ke jalan untuk masuk surga”

**(HR. Tirmidzi)**

**“Dream, believe, and make it happen”**

**(Agnéz Mo)**

“Tidak masalah seberapa lambat kamu melakukannya, asalkan kamu tidak berhenti”

**(Confucius)**

“Semua mimpi kita dapat terwujud jika kita berani untuk mewujudkannya”

**(Walt Disney)**

“Mulailah dengan dimana kamu, apa yang kamu punya, dan apa yang kamu bisa

**(Arthur Ashe)**

**PERSEMBAHAN**

Syukur Alhamdulillah, saya persembahkan karya saya ini dengan rasa hormat, cinta, dan kasih untuk :

1. Pertama, syukur panjatkan kepada Allah SWT, karena atas nikmat dan berkah yang di berikan berupa sehat jasmani dan rohani sehingga saya dapat menyelesaikan karya ini.
2. Kedua, untuk orang tua yang menjadi teladan yang senantiasa mendidik serta mengajarkan banyak hal yang tidak diajarkan pada jenjang pendidikan formal. Bahwa ketika kita menjadi pribadi yang tulus maka segenap kebaikan akan berada di sekeliling kita.
3. Segenap keluarga besar, terima kasih atas semua dukungan yang diberikan sehingga saya dapat berdiri hingga saat ini.
4. Terimakasih bapak Dr. Muzakar Isa, S.E.,M.Si , selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingannya serta dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk adik-adik saya, terima kasih telah bersedia membantu dengan ikhlas, menemani, dan memberikan semangat. Terima kasih juga untuk selalu memberikan dukungan hingga saat ini.
6. Teman-temanku, terima kasih atas pelajaran serta nilai ketulusan dalam pertemanan, memberi semangat dan motivasi terhadap saya. Terimakasih telah memberikan warna dalam hidup saya, memberikan pelajaran hidup pengalaman hidup baru, 4 tahun yang sangat berharga bagi saya. Kalian selalu memiliki ruang di hati saya.
7. Yang terakhir untuk almamater saya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Media Sosial *marketing*, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel *Intervening*. Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 116 orang. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan beberapa variabel yaitu Media Sosial *Marketing*, Kualitas layanan, Harga, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Media Sosial *Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen dengan hasil uji t dengan nilai signifikansi 0.003 lebih kecil dari 0.05, Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0,05, Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil uji t dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05. Hasil dari analisis path mengenai variabel kepuasan konsumen yang memediasi loyalitas, hasil t statistik tersebut menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} 3,169 > t_{tabel} 1,984$  maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen memediasi secara positif dan signifikan antara variabel harga terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci :** Media Sosial *Marketing*, Kualitas layanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze the interaction of social media, service quality, and price on loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. In this study used a sample of 116 people. The type of data used in this study is primary data with a data collection method using a questionnaire. Data analysis method used is multiple linear regression analysis using several variables, namely Social Media Marketing, Service Quality, Price, customer satisfaction, and loyalty. Based on the results of the study it can be concluded that Social Media marketing has a significant effect on consumer satisfaction with test results with a significance value of 0.003 less than 0.05, Service quality significantly increases customer satisfaction with test results with a significant value of 0,000 less than 0.05, Prices Looks significant to customer satisfaction with the test results with a significant value of 0,000 less than 0.05. The results of the path analysis Concerning consumer satisfaction variables that mediate loyalty, the results of the t statistics state the value of  $t_{count} 3.169 > t_{table} 1.984$ , it can be denied that customer satisfaction mediates positively and significantly between price variables to consumer loyalty.

**Keywords:** Social Media Marketing, Service Quality, Price, Consumer Satisfaction, Loyalty.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL *MARKETING*, KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOYALITAS DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (studi kasus pada PT Andi Dwi Haryanto Tunas Merapi). Skripsi ini ditulis guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus pembimbing utama yang telah memberikan pengarahan serta ilmunya dalam membantu menyelesaikan skripsi penulis.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta sekaligus pembimbing akademis yang telah memberikan dorongan, masukan dan nasihat kepada penulis selama perkuliahan.
4. Bapak Dr. Muzakar Isa, S.E.,M.Si , selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu tersayang, terimakasih telah memberikan semangat serta dukungan terhadap saya hingga saat ini, serta telah menjadi sosok teladan yang baik bagi untuk saya.



6. Kedua adik saya, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan rasa kasih sayang untuk kakak pertamanya ini.
7. Seluruh pihak keluarga, saudara dan kerabat yang turut serta memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
8. Untuk teman-temanku, terimakasih untuk kenangan yang kalian berikan.
9. Teman-teman kelas I program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2016.
10. Teman-teman penulis dari seluruh program studi di Universitas Muhammadiyah Surakarta yang sudah membantu dan memberikan warna yang indah selama penulis berkuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
11. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermamfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 2 Mei 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	9
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Landasan Teori .....	12
1. Loyalitas Konsumen.....	12
2. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	14
3. Media Sosial Marketing .....	15
4. Kualitas Layanan.....	17
5. Harga .....	19
6. Kepuasan konsumen.....	20
B. Penelitian Terdahulu.....	21

	C. Kerangka Pemikiran .....	24
	D. Hipotesis .....	24
BAB III	METODE PENELITIAN .....	26
	A. Jenis Penelitian .....	26
	B. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	26
	C. Definisi Operasional Variabel .....	28
	D. Data dan Sumber Data .....	32
	E. Metode Pengumpulan Data .....	32
	F. Metode Analisis Data .....	32
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	37
	A. Diksi Karakteristik Responden .....	37
	B. Uji Kualitas Data .....	39
	1. Uji Validitas .....	39
	2. Uji Reliabilitas .....	41
	3. Uji Asumsi Klasik .....	42
	4. Analisis Regresi .....	44
	5. Uji Hipotesis .....	47
	6. Analisis Path .....	51
	C. Pembahasan .....	54
	1. Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen .....	54
	2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	55
	3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	56
	4. Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen .....	57
	5. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen .....	59

	6. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen.....	60
BAB V	PENUTUP .....	62
	A. Kesimpulan.....	62
	B. Saran .....	63
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu .....	21
Tabel 3.1	Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	31
Tabel 4.1	Diskripsi Karakteristik .....	38
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Independen .....	40
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Intervening .....	40
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Dependen.....	41
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas .....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	44
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi .....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Hipotesis .....	47
Tabel 4.11	Hasil Analisis Path.....	51

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1	Data Perilaku Pengguna Media Sosial .....	3
Gambar 1.2	Waktu yang dihabiskan untuk media sosial .....	4
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Hasil Penelitian
- Lampiran 3 *Table Values Of Product Moment*
- Lampiran 4 Tabel Nilai t
- Lampiran 5 Tabel Nilai  $F_{0.05}$