

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPERASI
PEGAWAI KOTA MAGELANG (KOPKOMA)**

SKRIPSI



disusun oleh

Ivan Sagita Ramadhiva

18.91.0043

**PROGRAM STUDI EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2025

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPERASI
PEGAWAI KOTA MAGELANG (KOPEKOMA)**

SKRIPSI



disusun oleh

Ivan Sagita Ramadhiva

18.91.0043

**PROGRAM STUDI EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA KOPERASI
PEGAWAI KOTA MAGELANG (KOPEKOMA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ivan Sagita Ramadhiva

18.91.0043

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 10 Juli 2025

Dosen Pembimbing



Anggrismo, S.E., M.Ec.Dev

NIK. 190302307

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas
Konsumen pada Koperasi Pegawai Kota Magelang (Kopekoma)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ivan Sagita Ramadhiva

18.91.0043

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 21 Juli 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Atika Fatimah, S.E., M.Ec.Dev.

NIK. 190302366

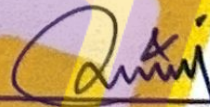
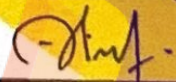
Istiningsih, S.E., M.M.

NIK. 190302021

Anggrismono, S.E, M.Ec.Dev

NIK. 190302307

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Tanggal 21 Juli 2025

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

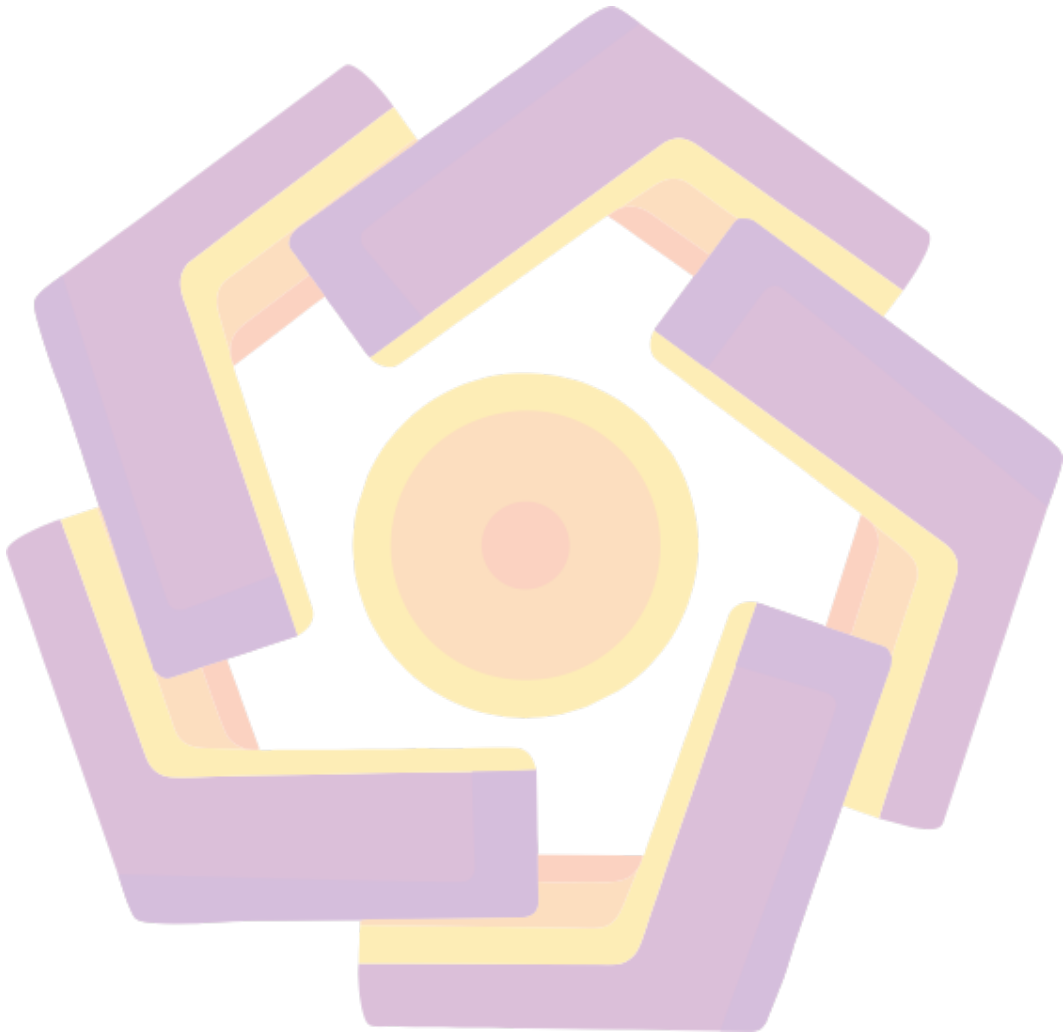
Yogyakarta, 18 Juli 2025



IVAN SAGITA RAMADHIVA
NIM :18.91.0043

HALAMAN MOTTO

- Skripsi itu seperti cinta datang terlambat tapi harus diselesaikan juga”
- Cinta sejati adalah saat kamu tetap bertahan, bahkan ketika ingin menyerah
seperti aku dan skripsi ini”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karya tulis skripsi ini ku persembahkan untuk :

1. Kepada Orang tua saya, Terutama Bapak Sugro Surono yang selalu memberikan doa, cinta, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti. Segala pengorbanan dan kesabaran menjadi semangat dalam setiap langkahku
2. Kepada nenek saya yang sangat saya cintai, Siti Hindun yang telah merawat saya dari kecil hingga dewasa yang selalu memberi motivasi, semangat, dan dukungan penuh hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
3. Anggrismono, S.E., M.Ec.Dev selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, ilmu, pengarahan, motivasi, semangat baru, dan dukungan serta kesabaran dalam membimbing yang sangat berarti selama masa studi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada kawanku GRUP GIWAR : Ranga, Danny, Ngorse, Maman, Ardi, Rizaldi, Dyah, Ovie, El, Putek, yang telah memberikan dukungan, semangat, lelucon saat lelah, dan kehadiran kalian membuat langkah ini terasa lebih ringan.
5. Kepada teman-teman Kos SRC yang telah memberikan dukungan yang luar biasa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di Program Studi Ekonomi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Bapak Anggrismono, S.E., M.Ec.Dev selaku Ketua Program Studi Ekonomi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Bapak Anggrismono, S.E., M.Ec.Dev selaku Dosen pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, dan semangat yang berarti bagi saya.
5. (Pihak instansi/objek penelitian)*
Dan lain-lain

Yogyakarta, 18 Juli 2025



Ivan Sagita Ramadhiva

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
RINGKASAN	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Koperasi.....	8
2.1.2. Kualitas Pelayanan	11
2.1.3. Harga	15
2.1.4. Kepuasan Konsumen	17
2.1.5. Loyalias Konsumen	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

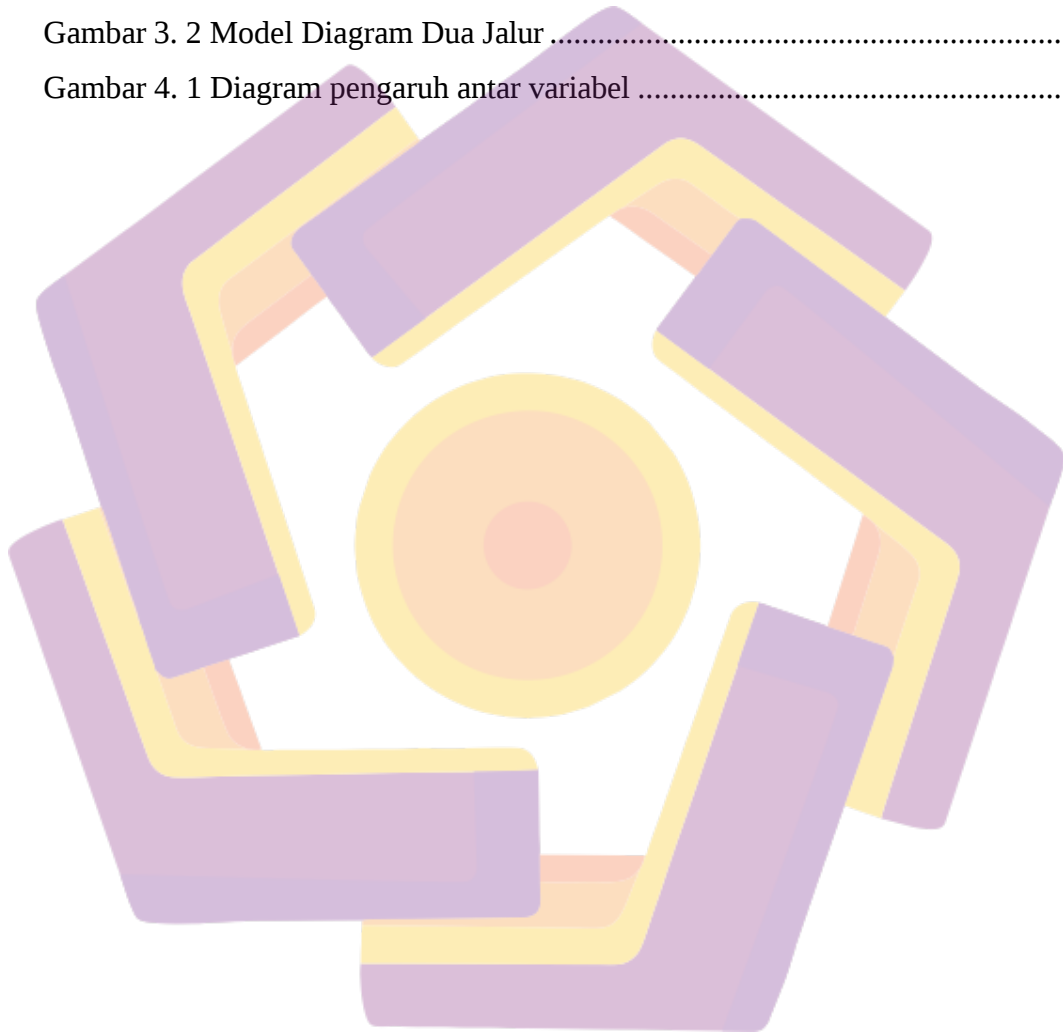
3.1.	Objek Penelitian	36
3.2.	Jenis dan Sumber Data	39
3.2.1.	Data Sekunder	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel	43
3.3.1.	Independent Variable.....	44
3.3.2.	Intervene Variable	45
3.3.3.	Dependent Variable	45
3.4.	Teknik Analisis Data	47
3.5.	Statistik Deskriptif.....	47
3.6.	Uji Validitas	48
3.7.	Uji Reliabilitas.....	49
3.4.1.	Analisis Jalur	50
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1.	Hasil Analisis.....	54
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	54
4.1.2.	Analisa Data	57
4.1.3.	Analisis Jalur	61
BAB V	PENUTUP	64
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....		68
LAMPIRAN-LAMPIRAN		73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen	46
Tabel 3. 2 Penafsiran Korelasi.....	49
Tabel 4. 1 Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin.....	55
Tabel 4. 2 Komposisi responden berdasarkan usia.....	56
Tabel 4. 3 Frekuensi Transaksi	57
Tabel 4. 4 Gambaran umum jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan.....	58
Tabel 4. 5 Gambaran umum jawaban responden tentang variabel harga	59
Tabel 4. 6 Gambaran umum jawaban responden tentang variabel kepuasan pelanggan.....	60
Tabel 4. 7 Gambaran responden tentang variabel loyalitas pelanggan .	61
Tabel 4.22. Koefisien Jalur Langsung dan Tidak Langsung.....	62

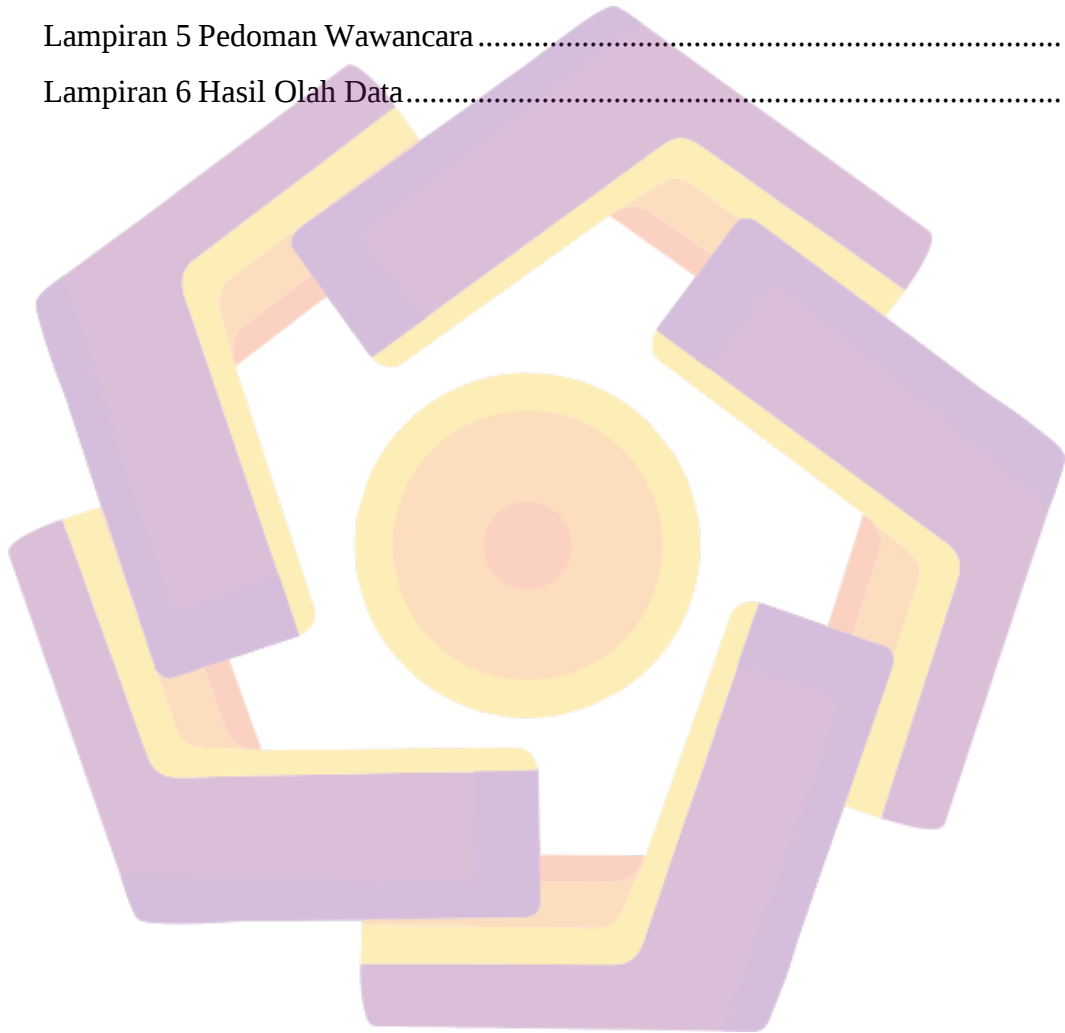
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
Gambar 2. 2 Model Diskonfirmasi Harapan dari Kepuasan dan Ketidakpuasan .	23
Gambar 2. 3 Kerangka Pikir.....	32
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual	44
Gambar 3. 2 Model Diagram Dua Jalur	51
Gambar 4. 1 Diagram pengaruh antar variabel	62



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 biodata penulis	73
Lampiran 2. Surat ijin penelitian	73
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi	74
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 5 Pedoman Wawancara	79
Lampiran 6 Hasil Olah Data	91



RINGKASAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen serta dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen pada Koperasi Pegawai Kota Magelang (Kopekoma). Permasalahan berangkat dari temuan lapangan berupa fluktuasi jumlah anggota aktif dan penurunan volume transaksi belanja, yang mengindikasikan rendahnya loyalitas anggota. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung dari variabel-variabel tersebut dalam membentuk loyalitas anggota koperasi.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur (*path analysis*) dua tahap regresi. Responden sebanyak 100 anggota aktif dengan menggunakan aksidental sampel. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sementara Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Selanjutnya, variabel Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi Kepuasan Konsumen juga tidak menunjukkan signifikansi statistik.

Temuan ini menegaskan bahwa persepsi harga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan, namun loyalitas konsumen tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh variabel yang diteliti. Hal ini menandakan adanya peran faktor lain seperti emosional, kepercayaan, dan strategi komunikasi koperasi yang perlu ditelusuri lebih lanjut dalam penelitian berikutnya.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Analisa Jalur*

ABSTRACT

This study examines the influence of service quality and price on customer satisfaction and its impact on customer loyalty at the Magelang City Employee Cooperative (Kopekoma). The problem stems from field findings in the form of fluctuations in the number of active members and a decline in shopping transaction volume, which indicate low member loyalty. The main objective of this study is to determine the extent of the direct and indirect influence of these variables in shaping member loyalty.

The method used is a quantitative approach with two-stage regression path analysis. The respondents consisted of 100 active members using accidental sampling. The analysis results indicate that the Price variable has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, while Service Quality has a positive but insignificant influence. Furthermore, the variables Service Quality, Price, and Customer Satisfaction have a positive but insignificant influence on Customer Loyalty. The indirect influence through the mediating variable Customer Satisfaction also does not show statistical significance.

These findings confirm that price perception is a key factor in enhancing satisfaction; however, consumer loyalty is not entirely influenced by the variables studied. This indicates the presence of other factors such as emotional aspects, trust, and cooperative communication strategies that require further exploration in subsequent research.

Keywords: *Service Quality, Price, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Kopekoma, Path Analysis*