

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN  
INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMODERASI OLEH KEPUASAN  
PELANGGAN**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON THE FORMATION OF CONSUMER  
PURCHASE INTENTION MODERATED BY CUSTOMER SATISFACTION***

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**SATIMIN  
20060410095**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN  
INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMODERASI OLEH  
KEPUASAN PELANGGAN**

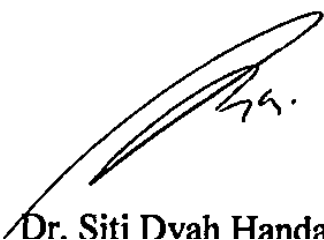
Diajukan oleh

**SATIMIN**

20060410095

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dr. Siti Dvah Handavani M M

Tanggal 16 Agustus 2011

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN**  
**INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMODERASI OLEH**  
**KEPUASAN PELANGGAN**

Diajukan oleh

SATIMIN  
20060410095

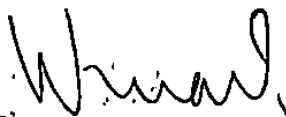
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 11 Agustus 2011

Yang terdiri dari

  
Drs. Wihandaru SP, M.Si.  
Ketua Tim Penguji

  
Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.

  
Drs. H. Winarso, M.M.  
Anggota Tim Penguji

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Satimin

Nomor Mahasiswa : 20060410095

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PEMBENTUKAN INTENSI PEMBELIAN KONSUMEN YANG DIMODERASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 16 Agustus 2011

Satimin

## **MOTTO**

Pahlawan bukanlah orang yang berani menetakkan pedangnya ke pundak lawan, tetapi pahlawan sebenarnya ialah orang yang sanggup menguasai dirinya dikala ia marah.

### **- Nabi Muhammad Saw**

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

### **- Thomas Alva Edison**

Jika anda sedang benar, jangan terlalu berani dan bila anda sedang takut,

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayahnya kepada kami sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Siti Dyah Handayani, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. M. Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas

4. Bapak dan Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayangnya serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Kakak dan Adik-adiku yang juga tak henti memberikan semangat dan doa sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kebaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 16 Agustus 2011

Penulis

Satimin

## INTISARI

Peneliti sangat tertarik akan banyaknya perbedaan pendapat antar para ahli tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembentukan intensi pembelian konsumen yang dimoderasi oleh kepuasan pelanggan. Adapun tujuan dari riset ini adalah untuk menguji tiga variabel yang didasarkan pada model yang diusulkan oleh *Taylor and Baker (1994)* dengan variabel-variabel yang saling berinteraksi dari kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam menetapkan intensi pembelian. Dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel moderator diantara kualitas pelayanan dan intensi pembelian.

Riset ini diadakan di Yogyakarta dengan obyek riset 1 swalayan. Dari 100 responden, semua kuesioner dapat kembali dan bisa diolah. Dengan menggunakan Moderator Regression Analysis diperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian dan interaksi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Intensi Pembelian



## **ABSTRACT**

The research is very interested in the many different opinions among experts about the effect of service quality on the formation of consumer purchase intention, which is moderated by customer satisfaction. This research aims at examining the three variables based on the model proposed by Taylor and Baker (1994) with the interacting variables of service quality and customer satisfaction in the determining purchase intention. It uses customer satisfaction as a moderator variable between service quality and purchase intention.

The research is done in Yogyakarta with one supermarket as the research object. Of 100 respondents, all of the questionnaires are returned and can be processed. Using the Moderator Regression Analysis, it is obtained that service quality does not have any effect on purchase intention and the interaction between service quality and customer satisfaction do not have any effect on purchase intention.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Intention

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
INTISARI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	8
1. Kualitas Pelayanan.....	8
2. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	10
3. Kepuasan Pelanggan .....	14
4. Intensi Pembelian Konsumen .....	17

B. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Intensi Pembelian Konsumen .....	18
C. Peneliti Terdahulu .....	20
D. Penurunan Hipotesis .....	21
E. Model Penelitian.....	23

### BAB III. METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian .....	24
B. Jenis Data .....	24
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	24
D. Teknik Pengumpulan Data .....	25
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
F. Uji Kualitas Instrumen .....	31
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	32

### BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	36
B. Analisis Deskriptif.....	37
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	37
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	38
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan.....	39
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
6. Rata – Rata Penilaian Responden Terhadap Variabel dan Indikator Penelitian.....	41
C. Uji Kualitas Instrumen .....	43
1. Uji Validitas .....	43
2. Uji Reliabilitas .....	46

D. Hasil Penelitian .....	47
1. Moderator Regression Analysis (MRA).....	47
2. Hasil Pengujian Hipotesis.....	47
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
E. Uji Asumsi Klasik .....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Heteroskedastisitas .....	50
3. Uji Multikolinearitas .....	51
F. Pembahasan.....	52

## BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

A. Kesimpulan .....	54
B. Saran .....	55
C. Keterbatasan Penelitian .....	55

DAFTAR PUSTAKA .....	56
----------------------	----

TAMPIRAN .....	60
----------------	----

## DAFTAR GAMBAR

DAFTAR GAMBAR

23

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	37
Tabel 4.2 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	39
Tabel 4.4 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan .....	39
Tabel 4.5 : Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.6 : Skor Rata-Rata Pernyataan Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel 4.7 : Skor Rata-Rata Pernyataan Kepuasan Pelanggan.....	42
Tabel 4.8 : Skor Rata-Rata Pernyataan Intensi Pembelian .....	42
Tabel 4.9 : Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Penelitian .....	44
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Penelitian .....	45
Tabel 4.11 : Hasil Uji Validitas pada Kuesioner Penelitian .....	45
Tabel 4.12 : Hasil Uji Reliabilitas pada Kuesioner Penelitian .....	46
Tabel 4.13 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Yang Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan .....	47