

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA PELAYANAN
JASA *MAINTENANCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN JASA *MAINTENANCE* DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

LULIANA RIANTIKA PUTRI

NIM: 20221221005

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

2026

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA PELAYANAN
JASA *MAINTENANCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN JASA *MAINTENANCE* DI SURABAYA**

**Diajukan guna memenuhi
salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



Oleh :

LULLIANA RIANTIKA PUTRI

NIM : 20221221005

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

2026

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luliana Riantika Putri
NIM : 20221221005
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan Persepsi Harga
Pelayanan Jasa *Maintenance* terhadap Loyalitas
Pelanggan pada Perusahaan Jasa *Maintenance* di
Surabaya

Menyatakan Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis ini, benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 25 Juni 2026

Yang membuat pernyataan


(Luliana Riantika Putri)

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA PELAYANAN
JASA *MAINTENANCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN JASA *MAINTENANCE* DI SURABAYA

Diajukan Oleh :

LULIANA RIANTIKA PUTRI

NIM : 20221221005

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,

1. Dra. Siti Salbiyah, M. Kes

2. Ali Imaduddin Futuwwah, S.Sos., M.SM., CMA

Tanda Tangan

Tanggal

18/06 2026

17/06 2026

Mengetahui :

Dekan

Ketua Program Studi

Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M.

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA PELAYANAN
JASA *MAINTENANCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN JASA *MAINTENANCE* DI SURABAYA

Nama : LULIANA RIANTIKA PUTRI
NIM : 20221221005

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Kamis / 25 Juni 2026
Pukul : 12.30 WIB sampai dengan 14.00 WIB

Tim Dosen penguji terdiri dari

Ketua Penguji



Dra. Siti Salbiyah, M.Kes

Anggota I



Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA

Anggota II

an/ sekpu



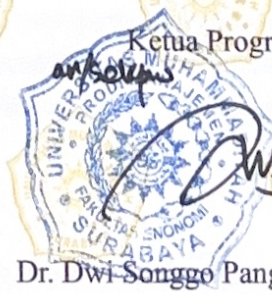
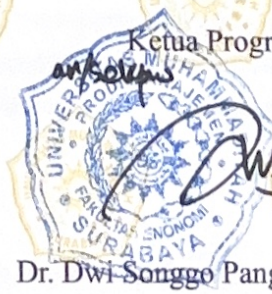
Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA

Dekan




Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., M.M

Ketua Program Studi

Dr. Dwi Songgo Panggayudi, ST., M.M

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN PERSEPSI HARGA PELAYANAN
JASA *MAINTENANCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN JASA *MAINTENANCE* DI SURABAYA

Luliana Riantika Putri

Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

e-mail : luliana.riantika.putri-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* (*reliability, tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy*) serta persepsi harga jasa terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa *maintenance* alat berat pelabuhan. Latar belakang penelitian didasari oleh indikasi rendahnya loyalitas pelanggan, yang tercermin dari keraguan sejumlah perusahaan client dalam memperbarui kontrak kerja sama serta keluhan terhadap beberapa dimensi kualitas layanan dan persepsi harga yang dianggap belum sesuai harapan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi adalah perusahaan *client* yang melakukan kontrak kerja sama dengan perusahaan jasa *maintenance* alat berat pelabuhan. Sampel ditentukan melalui *purposive sampling* dengan kriteria kontrak kerja sama berulang periode 2023–2026, sehingga diperoleh 62 perusahaan *client*. Data diperoleh melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS versi 3.0 melalui uji outer model dan inner model. Hasil penelitian membuktikan bahwa *reliability, tangibles, responsiveness, dan empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan *assurance* dan persepsi harga jasa berpengaruh positif dan signifikan, dengan persepsi harga jasa sebagai variabel paling dominan. Implikasinya, perusahaan perlu mempertahankan profesionalisme dan kompetensi teknisi serta memastikan transparansi dan kewajaran harga jasa agar pelanggan terus mempersepsikan nilai yang sebanding dengan manfaat yang diterima.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, persepsi harga, loyalitas pelanggan

*The Effect of Service Quality and Perceived Maintenance Service Price on
Customer Loyalty at Maintenance Service Companies in Surabaya*

Luliana Riantika Putri

Management Study Program, Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University of Surabaya

Email : luliana.riantika.putri-2022@fe.um-surabaya.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality (reliability, tangibles, responsiveness, assurance, and empathy) and price perception on customer loyalty at a port maintenance company for heavy equipment. The background of this research is low customer loyalty, reflected in the hesitancy of several client companies to renew contractual cooperation, as well as complaints about several service quality dimensions and price perceptions that have not met their expectations. This study employs a quantitative approach. The population consists of client companies engaged in contractual cooperation with the port service company that provides heavy equipment maintenance. The sample was selected through purposive sampling, based on repeated contractual cooperation during the 2023–2026 period, resulting in 62 client companies. Data were collected via a Likert-scale questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS version 3.0, including outer and inner model testing. The results show that reliability, tangibles, responsiveness, and empathy do not have a significant effect on customer loyalty. In contrast, assurance and price perception have a positive, significant effect, with price perception being the most dominant variable. The implication is that the company needs to maintain technician professionalism and competence while ensuring transparency and fairness in service pricing so that customers continue to perceive value commensurate with the benefits received.

Keywords: *service quality, price perception, customer loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan Persepsi Harga Pelayanan Jasa *Maintenance* Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Jasa *Maintenance* di Surabaya”. Penyusunan proposal ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan proposal ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada Yth:

1. Prof. Dr. Mundakir, S.Kep., Ns. M.Kep., FISQua. sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Dr. Dwi Songgo Panggayudi ST., MM., sebagai Ketua Program Studi Manajemen yang telah mengizinkan penulis untuk menyusun skripsi.
4. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M. Kes selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah memberikan arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga sepanjang proses penyusunan proposal ini.

5. Bapak Ali Imaduddin Futuwah, S.Sos., M.SM., CMA selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah membuka wawasan penulis melalui berbagai proses pembelajaran.
6. Ibu Asyidatur Rosmaniar, S.E., M.Pd., CMA sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan masukan yang sangat berarti bagi perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen di Universitas Muhammadiyah Surabaya Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
8. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moril, dan semangat tanpa henti.
9. Teman-teman seperjuangan Manajemen angkatan 2022 yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak dan rekan-rekan *client* Perusahaan jasa maintenance di Surabaya, yang turut membantu dalam penyediaan informasi dan data terkait penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang perilaku konsumen dan pemasaran.

Surabaya, 25 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat bagi perusahaan jasa <i>maintenance</i>	9
2. Manfaat praktis.....	10
3. Manfaat teoritis.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
1. Pemasaran Jasa	11
2. Perilaku Konsumen	15
3. <i>Service quality</i>	21
4. Persepsi Harga	30
5. Loyalitas Pelanggan	36
B. Penelitian Terdahulu.....	46
C. Kerangka Berpikir dan Model Analisis.....	48
1. Kerangka Berpikir	50

2. Model Analisis.....	50
D. Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	58
A. Pendekatan Penelitian	58
B. Definisi Operasional Variabel	58
C. Populasi dan Teknik Sampling	70
1. Populasi	70
2. Sampel	72
D. Objek dan Waktu Penelitian.....	76
E. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	76
F. Teknik Analisa Data	77
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	83
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	83
B. Deskripsi Hasil Penelitian	84
1. Analisis statistik deskriptif	84
2. Evaluasi outer model	101
3. Evaluasi inner model	109
C. Hasil Uji Hipotesis	114
1. Pengaruh <i>service quality (reliability)</i> terhadap loyalitas pelanggan	114
2. Pengaruh <i>service quality (tangibles)</i> terhadap loyalitas pelanggan	115
3. Pengaruh <i>service quality (responsiveness)</i> terhadap loyalitas pelanggan	115
4. Pengaruh <i>service quality (assurance)</i> terhadap loyalitas pelanggan.....	116
5. Pengaruh <i>service quality (empathy)</i> terhadap loyalitas pelanggan	116
6. Pengaruh persepsi harga jasa terhadap loyalitas pelanggan	117
D. Pembahasan.....	118
1. Pengaruh <i>service quality (reliability)</i> terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	118
2. Pengaruh <i>service quality (tangibles)</i> terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	121

3. Pengaruh <i>service quality (responsiveness)</i> terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	123
4. Pengaruh <i>service quality (assurance)</i> terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	126
5. Pengaruh <i>service quality (empathy)</i> terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	129
6. Pengaruh persepsi harga jasa terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan jasa <i>maintenance</i> di Surabaya	132
BAB V PENUTUP.....	135
A. Kesimpulan	135
B. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA.....	141
LAMPIRAN.....	145
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	145
Lampiran 2 Tabulasi Identitas Responden	150
Lampiran 3 Tabulasi Data	155
Lampiran 4 Hasil Olah Data dengan SmartPLS	166
Lampiran 5 Hasil Sebar dan Pengisian Kuesioner Responden.....	172
Lampiran 6. SK Pembimbing	173
Lampiran 7. Surat izin penelitian.....	174
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Skripsi.....	175
Lampiran 9. Surat Keterangan Bukti Plagiasi.....	176
Lampiran 10. <i>Endorsement Letter</i>	177
Lampiran 11. Lembar Perbaikan Ujian Skripsi	178

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Hal
2. 1 Model Perilaku Konsumen Kotler	18
2. 2 Kerangka Berpikir.....	50
2. 3 Model Analisis	51
3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan Client	75
4. 1 Model Penelitian SEM-PLS.....	109

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Hal
1. 1 Area Perusahaan <i>Client</i> untuk Jasa <i>Maintenance</i> Periode 2023-2026	5
3. 1 Definisi Operasional	61
3. 2 Populasi <i>Customer</i> Jasa <i>Maintenance</i> Alat Berat Pada Perusahaan Jasa <i>Maintenance</i> di Surabaya Tahun 2025 - 2026	70
4. 1 Statistik Demografi Jenis Kelamin Manajer/ <i>Supervisor</i> Operasional	84
4. 2 Statistik Demografi Lama Bekerja Manajer / <i>Supervisor</i> Operasional	85
4. 3 Statistik Demografi Awal Kontrak Jasa <i>Maintenance</i>	86
4. 4 Statistik Demografi Jumlah Kontrak Jasa <i>Maintenance</i>	87
4. 5 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality (Reliability)</i>	88
4. 6 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality (Tangibles)</i>	89
4. 7 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality (Responsiveness)</i>	91
4. 8 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality (Assurance)</i>	93
4. 9 Statistik Deskriptif Dimensi <i>Service Quality (Empathy)</i>	95
4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Harga Jasa	97
4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan	99
4. 12 <i>Construct Validity</i> 30 Sampel	102
4. 13 <i>Construct Validity</i> 62 Sampel	104
4. 14 <i>Discriminant Validity</i>	106
4. 15 <i>Composite Reliability</i>	108
4. 16 <i>R-Square</i>	110
4. 17 <i>F-Square</i>	111
4. 18 <i>Q-Square</i>	113
4. 19 <i>Path Coefficient Service Quality (Reliability)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	114
4. 20 <i>Path Coefficient Service Quality (Tangibles)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	115

4. 21 <i>Path Coefficient Service Quality (Responsiveness)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	115
4. 22 <i>Path Coefficient Service Quality (Assurance)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	116
4. 23 <i>Path Coefficient Service Quality (Empathy)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	116
4. 24 <i>Path Coefficient</i> Persepsi Harga Jasa terhadap Loyalitas Pelanggan	117

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Hal
1 Kuesioner Penelitian	146
2 Tabulasi Identitas Responden	151
3 Tabulasi Data	156
4 Hasil Olah Data dengan SmartPLS	167
5 Hasil Sebar dan Pengisian Kuesioner Responden	173
6 SK Pembimbing	174
7 Surat Izin Penelitian	175
8 Kartu Bimbingan Skripsi	177
9 Surat Keterangan Bukti Plagiasi	178
10 Endorsement Letter	179
11 Lembar Perbaikan Ujian Skripsi	180