



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KOMITMEN
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN SWALAYAN LARISSO AMBULU JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Laili Ika Nafisatin
NIM 12.10.411.017**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
JUNI, 2016**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Larisso Ambulu Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 10 Juni 2016

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dra. Retno Endah Supeni, M.M

NPK 95 10 256

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. M. Naely Azhad, M.Si

NIP 19661 231 1990 03 1006

Wahyu Eko, SE, M.M

NPK XXXXX

Mengesahkan:

Dekan,

Ketua Jurusan,

Drs Ahmad Suharto, M.P

NPK 89 06 242

Maheni Ika Sari, SE., M.M

NIP 19770 811 2005 01 2001

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbilalamin, banyak nikmat yang Allah berikan, tetapi sedikit sekali yang kita ingat. Segala puji hanya layak untuk Allah Tuhan seru sekalian alam atas segala berkah, rahmat, taufik, serta hidayah-Nya yang tiada terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Swalayan Larisso Ambulu Jember".

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a. Drs. Ahmad Suharto, M.P, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- b. Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
- c. Drs. M. Naely Azhad. M.Si, selaku dosen pembimbing I dan Wahyu Eko. S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Dra. Retno Endah Supeni. M.M, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.
- g. Saudara-saudaraku, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2012 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bias memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, Juni 2016

Penyusun

Laili Ika Nafisatin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pemasaran	11
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	11
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.1.2.3 Pengambilan Keputusan Membeli Konsumen	15
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	17
2.1.3.2 Aspek-aspek Loyalitas Pelanggan	18
2.1.4 Kualitas Layanan	23
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan	23
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	24
2.1.5 Komitmen	27
2.1.5.1 Pengertian Komitmen	27

2.1.5.2	Komitmen Relasi	29
2.1.5.3	Aspek Komitmen	30
2.1.6	Kepercayaan	31
2.1.6.1	Pengertian Kepercayaan	31
2.1.6.2	Faktor-faktor Kepercayaan	33
2.1.6.3	Manfaat Kepercayaan	36
2.1.7	Bisnis Retail	37
2.1.7.1	Pengertian Perdagangan Eceran (<i>Retail Business</i>).....	37
2.1.7.2	Tipe-Tipe Ritel	38
2.2	Tinjauan Penelitian Terdahulu	39
2.3	Kerangka Konseptual	41
2.4	Hipotesis Penelitian	42

BAB 3 METODE PENELITIAN 44

3.1	Identifikasi Variabel	44
3.1.1	Variabel Independen/Bebas	44
3.1.2	Variabel Dependen/Terikat	44
3.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.2.1	Kualitas Layanan (X_1)	44
3.2.2	Komitmen Pelanggan (X_2)	45
3.2.3	Kepercayaan Pelanggan (X_3)	45
3.2.4	Loyalitas Pelanggan (Y)	45
3.3	Desain Penelitian	46
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Sampel	46
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	47
3.5	Jenis Data	47
3.5.1	Data Sekunder	48
3.5.2	Data Primer	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	48
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.7.1	Uji Instrumen Data	50
3.7.1.1	Uji Validitas	50
3.7.1.2	Uji Reliabilitas	50
3.7.2	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.7.3.1	Uji Normalitas (<i>Normality</i>).....	51

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	52
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	52
3.7.4 Uji Hipotesis	52
3.7.4.1 Uji F	53
3.7.4.2 Uji t	53
3.7.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	54
BAB 4 HASIL DAN PENBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Swalayan Larisso	55
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	55
4.1.2 Struktur Organisasi	56
4.2 Aspek Personalia	57
4.2.1 Jumlah Tenaga Kerja	57
4.2.2 Sistem Upah	58
4.2.3 Jam Kerja Karyawan	59
4.3 Aspek Pemasaran	59
4.3.1 Daerah Pemasaran	59
4.3.2 Saluran Distribusi	59
4.3.3 Strategi Pemasaran	60
4.4 Aspek Operasional	61
4.5 Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis	62
4.5.1 Diskripsi Statistik Responden	62
4.5.2 Deskriptif Variabel Penelitian	64
4.5.2.1 Kualitas Layanan	64
4.5.2.2 Komitmen Pelanggan	66
4.5.2.3 Kepercayaan Pelanggan	67
4.5.2.4 Loyalitas Pelanggan	68
4.6 Analisis Data	69
4.6.1 Pengujian Instrumen Data	70
4.6.1.1 Pengujian Validitas Data	70
4.6.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	70
4.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.6.3 Pengujian Asumsi Klasik	73
4.6.3.1 Pengujian Normalitas	73
4.6.3.2 Pengujian Multikolinearitas	74
4.6.3.3 Pengujian Heterokedastisitas	74
4.6.4 Pengujian Hipotesis	75
4.6.4.1 Uji F	75
4.6.4.2 Uji t	76
4.6.4.3 Koefisien Determinasi	77

4.7 Pembahasan	77
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Perbandingan Jumlah Pelanggan Swalayan Larisso dan Swalayan Dyra Per Februari 2016.....	5
Tabel 1.2: Penjualan Swalayan Larisso Ambulu Jember dari Bulan Agustus 2015 – Desember 2015	6
Tabel 1.3: Hasil Wawancara Kepada pelanggan Swalayan Larisso Ambulu Jember	6
Tabel 1.4: Survey kepada Pelanggan Swalayan Larisso Ambulu Jember.....	7
Tabel 2.1: Perbandingan <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Tradisional Marketing</i>	28
Tabel 4.1: Jumlah Tenaga Kerja Swalayan Larisso Ambulu Jember	58
Tabel 4.2: Besaran Upah Karyawan Swalayan Larisso Ambulu Jember	59
Tabel 4.3: Responden Menurut Usia	62
Tabel 4.4: Responden Menurut Jenis Kelamin	63
Tabel 4.5: Responden Menurut Tingkat Pendidikan	63
Tabel 4.6: Responden Menurut Masa Berlangganan	64
Tabel 4.7: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kualitas Layanan	65
Tabel 4.8: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Komitmen	66
Tabel 4.9: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kepercayaan	67
Tabel 4.10: Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 4.11: Hasil Pengujian Validitas	70
Tabel 4.12: Hasil Pengujian Reliabilitas	71
Tabel 4.13: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71

Tabel 4.14: Hasil Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.15: Hasil Uji F	75
Tabel 4.16: Hasil Uji t	76
Tabel 4.17: Hasil Uji Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Lima Tahap Proses Pembelian	14
Gambar 2.2: Kerangka Konsep Penelitian	41
Gambar 4.1: Struktur Organisasi Swalayan Larisso Ambulu Jember	56
Gambar 4.2: Hasil Uji Normalitas	73
Gambar 4.3: Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 5 : Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 6 : Hasil Uji Validitas
- LAMPIRAN 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 9 : Tabel r Product Moment, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi t