

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN *DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET*  
GARDENA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**JOSUA ANDRYANTO SIAHAAN**

**11130075**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2017**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN *DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET*  
GARDENA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**JOSUA ANDRYANTO SIAHAAN**

**11130075**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2017**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN  
DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN *DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET*  
GARDENA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi

**Disusun Oleh:**

**JOSUA ANDRYANTO SIAHAAN**

**NIM : 11130075**

**Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN  
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN *DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET*  
GARDENA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**JOSUA ANDRYANTO SIAHAAN**

**11130075**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal ....05 JUL 2017.....

Nama Dosen

1. Ambar Kusuma Astuti, SE, Msi :

(Ketua Tim)

2. DR. Singgih Santoso, MM :

(Dosen Penguji)

3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM :

(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 06 JUL 2017

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DEPARTMENT STORE & SUPERMARKET GARDENA YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 12 Juni 2017



Josua Andryanto Siahaan

11130075

## **HALAMAN MOTTO**

**Jangan seorang pun menganggap engkau rendah karena engkau muda. Jadilah teladan bagi orang-orang percaya, dalam perbuatanmu, dalam tingkah lakumu, dalam kasihmu, dalam kesetiaanmu dan dalam kesucianmu.**

**( 1 timotius 4:12 )**

**Serahkanlah segala kekuatiranmu kepada-Nya, sebab Ia yang memelihara kamu**

**( 1 Petrus 5:7 )**

**Setiap bertemu dengan orang baru, saya selalu mengosongkan gelas saya terlebih dahulu**

**( Bob Sadino )**

**"Lakukanlah apa yang kamu cintai, konsistenlah dengan itu, maka kesuksesan akan menyertaimu"**

**"Jadilah diri sendiri dan janganlah menjadi orang lain walaupun orang tersebut nampak lebih baik dari kita"**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini dipersembahkan untuk :**

**Tuhan Yesus Kristus**

**Sastro Mindo Siahaan**

**Sofia Nurmija Pasaribu**

**Alvin Theovani Siahaan**

**Andi Sandro John Marito Siahaan**

**Ruth Basarina Siahaan**

**Ambar Kusuma Astuti, SE,Msi**

**Sahabat Gandong**

**Teman-teman Fakultas Bisnis 2013**

**Almamaterku Tercinta**

# KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas anugerah dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta”. Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dari Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas pelanggan juga sangat penting artinya bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha maupun kelangsungan kegiatan usahanya.

Untuk itu, penulis berusaha melakukan analisa dengan memberikan variabel seperti kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan sebagai penentu loyalitas pelanggan. Penulis berharap agar tulisan ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan mengenai loyalitas pelanggan.

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kasih-Nya yang tidak pernah berkesudahan dalam kehidupan penulis, yang sudah menyertai penulis dari awal perkuliahan sampai dengan selesainya penulisan Skripsi ini.

2. Kedua Orang Tua tercinta penulis Bapak Sastro Mindo Siahaan dan Mama Sofia Nurmija Pasaribu yang selalu memberikan dukungan lewat doa, motivasi, semangat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada penulis kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Dr. Singgih Santoso, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ibu Ambar Kusuma Astuti, SE, Msi, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
6. Saudara tercinta : Alvin Theovani Siahaan, Andi Sandro John Marito Siahaan dan Ruth Basarina Siahaan.
7. Semua keluarga terkasih di Lampung, Jambi, Jakarta dan Sumatera Utara yang tidak pernah berhenti memberikan motivasi serta doa kepada penulis.
8. Para sahabat terkasih yaitu Gandong (Guntur, Freliks, Nensya, Rolan, Richard, Reky, Andreina, Acul, Bagus, dan Junio) yang sudah bersama-sama dalam suka dan duka melewati perkuliahaan ini dari awal sampai selesainya Skripsi ini, menjadi motivator dan saudara yang baik.
9. Teman Sepergaulan yaitu Iromejan Squad (Algo, Ando, Beni, dan Guntur) yang selalu mengingatkan dan memberikan motivasi.

10. Teman-teman Manajemen 2013 yang telah membagikan ilmu, dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
11. Pak Edy Nugroho, SE., MSc. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam mengolah data skripsi.
12. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengguna pada umumnya.

Yogyakarta, \_\_\_\_\_ 2017

Penulis,

Josua Andryanto Siahaan

## DAFTAR ISI

|                                   | Halaman |
|-----------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL .....               | i       |
| HALAMAN PENGAJUAN .....           | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....          | iii     |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... | iv      |
| HALAMAN MOTTO .....               | v       |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....         | vi      |
| KATA PENGANTAR .....              | vii     |
| DAFTAR ISI .....                  | x       |
| DAFTAR TABEL .....                | xiii    |
| DAFTAR GAMBAR .....               | xiv     |
| DAFTAR LAMPIRAN .....             | xv      |
| ABSTRAKSI .....                   | xvi     |
| BAB I. PENDAHULUAN .....          | 1       |
| 1.1. Latar Belakang Masalah ..... | 1       |
| 1.2. Rumusan Masalah .....        | 4       |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....      | 4       |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....     | 5       |
| 1.5. Batasan Penelitian .....     | 6       |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....    | 7       |
| 2.1. Pelayanan .....              | 7       |
| 2.1.1. Pengertian Pelayanan ..... | 7       |
| 2.1.2. Kualitas Pelayanan .....   | 9       |

|                                                                   |           |
|-------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2. Kepercayaan .....                                            | 12        |
| 2.2.1. Pengertian Kepercayaan .....                               | 12        |
| 2.2.2. Dimensi Kepercayaan .....                                  | 14        |
| 2.2.3. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan .....         | 16        |
| 2.3. Kepuasan Konsumen.....                                       | 17        |
| 2.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....                         | 17        |
| 2.3.2. Komponen Kepuasan Konsumen .....                           | 19        |
| 2.3.3. Ciri-Ciri Konsumen yang Puas.....                          | 20        |
| 2.3.4. Elemen Kepuasan Konsumen.....                              | 20        |
| 2.3.5. Tipe-tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen.....         | 22        |
| 2.3.6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen          | 23        |
| 2.4. Loyalitas Konsumen .....                                     | 24        |
| 2.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan ..... | 26        |
| 2.6. Hubungan Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan .....        | 26        |
| 2.7. Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan....   | 27        |
| 2.8. Penelitian Terdahulu .....                                   | 29        |
| 2.9. Kerangka Pemikiran .....                                     | 30        |
| 2.10. Hipotesis Penelitian .....                                  | 31        |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>                           | <b>32</b> |
| 3.1. Data .....                                                   | 32        |
| 3.1.1. Pengumpulan Data .....                                     | 33        |
| 3.2. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....           | 34        |
| 3.2.1. Definisi Operasional Variabel .....                        | 34        |
| 3.2.2. Pengukuran Variabel .....                                  | 35        |

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| 3.3. Metode Analisis Data .....                                 | 36 |
| 3.3.1. Uji Validitas .....                                      | 36 |
| 3.3.2. Uji Reliabilitas .....                                   | 37 |
| 3.3.3. Analisis Deskriptif .....                                | 39 |
| 3.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....                   | 39 |
| 3.3.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                    | 42 |
| BAB IV. HASIL PENELITIAN .....                                  | 43 |
| 4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....                           | 43 |
| 4.2. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....                 | 44 |
| 4.2.1. Analisis Deskriptif .....                                | 44 |
| 4.2.2. Analisis Validitas .....                                 | 50 |
| 4.2.3. Analisis Reliabilitas .....                              | 52 |
| 4.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....                   | 53 |
| 4.2.5. Koefisien Determinasi .....                              | 60 |
| 4.3. Pembahasan Hasil .....                                     | 62 |
| BAB V. PENUTUP .....                                            | 65 |
| 5.1. Kesimpulan .....                                           | 65 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian .....                              | 67 |
| 5.3. Saran .....                                                | 68 |
| 5.3.1. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Carrefour ..... | 68 |
| 5.3.2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....                  | 68 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|                                                                         | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 2.1 Hubungan antara Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. ....        | 28      |
| Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu .....                                   | 29      |
| Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....                                    | 51      |
| Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas .....                                    | 53      |
| Tabel 4.3. Hasil Regresi Linear Berganda .....                          | 54      |
| Tabel 4.4. Hasil Uji F (F test) .....                                   | 59      |
| Tabel 4.5. Analisis Regresi Untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 61      |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                 | Halaman |
|-----------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....                            | 30      |
| Gambar 4.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....     | 45      |
| Gambar 4.2. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usia .....       | 46      |
| Gambar 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....   | 47      |
| Gambar 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pengeluaran..... | 48      |
| Gambar 4.5. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kunjungan.....   | 49      |

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Tabel r
- Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Formulir Revisi

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel independen yang meliputi kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu dengan metode purposive sampling dengan kriteria konsumen Gardena yang berbelanja lebih dari 2 kali selama 3 bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat tiga hipotesis yang digunakan yaitu: pertama, diduga kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta. Kedua, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta. Ketiga, diduga kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat statistik regresi linear berganda. Hasil dari analisis statistik tersebut menunjukkan bahwa komponen variabel kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Dapat disimpulkan bahwa Keramahan serta sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan dan karyawan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, sikap yang jujur serta memberikan kenyamanan dalam berbelanja yang ditawarkan oleh Gardena berpengaruh terhadap loyalitas konsumen berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta.

*Kata kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas berbelanja di department store & supermarket*

## ABSTRAC

This study examines the influence components of independent variables include service quality, trust and customer satisfaction to the dependent variable that is customer loyalty at department store & supermarket Gardena in Yogyakarta. Data collection were used questionnaire methods. The sample use purposive sampling method with criteria Gardena customer who shop more than 2 times over the last 3 months. Samples were taken as 100 respondents.

Based on these criteria, there are three hypotheses used are: first, the quality of service significantly influence the loyalty of customers shopping at department stores & supermarkets Gardena Yogyakarta. Second, trust significantly influence the loyalty of customers shopping at department stores & supermarkets Gardena Yogyakarta. Third, customer satisfaction significant effect on customer loyalty of shopping at department store & supermarket Gardena Yogyakarta.

Hypothesis testing in this study using multiple linear regression statistic. The result of the statistical analysis show the components of trust and customer satisfaction variables significantly influence the loyalty of customers shopping at department stores & supermarkets Gardena Yogyakarta while Service quality variable has no significant effect. It can be concluded that Hospitality and courtesy of employees in providing services and employees provide satisfactory service to consumers, honest attitude and provide convenience in shopping offered by Gardena affect the loyalty of consumers shopping at department stores & supermarkets Gardena Yogyakarta.

*Keywords: quality of service, trust, customer satisfaction, and shopping loyalty in department stores & supermarkets*

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Seorang pemasar sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan pelanggannya dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan memiliki seorang pelanggan yang loyal, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan tersebut tidak hanya secara terus menerus menggunakan produk atau jasa perusahaan, tetapi dengan sendirinya pelanggan tersebut juga akan merekomendasikannya kepada orang lain sesuai dengan pengalaman yang ia rasakan.

Di Indonesia, bisnis ritel merupakan salah satu sektor yang sangat prospektif. Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan usaha ritel maka persaingan bisnis di bidang ritel atau eceran pun semakin meningkat, dan konsumen pun saat ini sudah lebih bijak dalam menentukan tempat berbelanja dan lebih kritis terhadap produk yang mereka akan beli. Konsumen menjadi lebih cermat dan rasional dalam membelanjakan uangnya. Para pengecer perlu mencermati hal tersebut agar tidak hanya menjadikan konsumen sebagai obyek, melainkan juga sebagai subyek yang harus diajak berpartisipasi. Para pengecer harus memperhatikan semua faktor yang mempengaruhi para konsumen, seperti barang dagangan, harga, suasana toko selain itu mereka juga harus memahami kebutuhan psikologis, emosional serta kebiasaan-kebiasaan belanja para konsumen.

Banyak faktor yang akan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting, karena dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen akan dapat memberi masukan yang berarti bagi perencanaan strategi perusahaan.

Usaha ritel atau eceran (retailing) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Ritel juga merupakan perangkat dari aktivitas-aktivitas bisnis yang melakukan penambahan nilai terhadap produk-produk dan layanan penjualan kepada para konsumen untuk penggunaan atau konsumsi perorangan maupun keluarga.

Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok besar yaitu Ritel Tradisional dan Ritel Modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel ini berkembang seiring dengan perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup masyarakat yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. Ritel modern menawarkan tempat yang lebih luas, banyak variasi barang yang dijual, manajemen lebih terkelola, harga pun sudah menjadi harga tetap. Ritel modern dikenal bentuk-bentuk seperti *hypermarket*, *department store*, dan *supermarket*.

Di Yogyakarta sendiri terdapat sebuah bisnis ritel lokal yang bernama Gardena yang bergerak di bidang *department store & supermarket*. Gardena

pada awal mula hanya berupa sebuah toko kecil yang didirikan pada tahun 1973 , di jalan Solo No. 37C Yogyakarta dan pada Tanggal 21 Januari 1984 secara resmi Toko Gardena menerima kenaikan peringkat menjadi "Gardena Department Store & Supermarket" yang diresmikan oleh Bapak Sri Paduka Paku Alam VIII, Wakil Gubernur DIY saat itu. Melihat semakin maraknya ritel modern dan masuknya ritel asing tentu saja menimbulkan persaingan sesama ritel modern tersebut. Selain itu, maraknya ritel modern memudahkan konsumen untuk memilih ritel yang disukai dan cocok dengan keinginan konsumen. Sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti ritel modern yang dikunjungi, atau tetap loyal dengan satu ritel karena sudah merasa cocok. Beberapa faktor yang akan mempengaruhi konsumen dalam pembelian barang atau produk kebutuhan sehari-hari di supermarket antara lain: a) kualitas pelayanan, b) Kepercayaan serta c) Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta ?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada *supermarket department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

- A. Untuk mendeskripsikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta.
- B. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta..
- C. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

a. Bagi penulis

Hasil dari penelitian ini sebagai suatu pengetahuan dan pengalaman serta sekaligus pengaplikasian pengetahuan yang diperoleh selama masa kuliah

b. Bagi mahasiswa

Hasil penelitian ini sebagai sarana untuk menerapkan disiplin ilmu, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta sebagai sumber informasi yang berguna bagi Perusahaan dan dapat menjadikannya sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan perusahaan yang lebih baik

d. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan bahan pertimbangan kepada konsumen dalam memilih untuk berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta.

## 1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum maka penulis memberikan batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan di kota Yogyakarta
- b. Penelitian dilakukan kepada konsumen yang berbelanja lebih dari 2 kali di *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta.
- c. Variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Variabel Dependen : Loyalitas Konsumen

Loyalitas diukur dari pembelian ulang, seberapa sering konsumen berbelanja di *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta, serta merekomendasikan orang lain untuk berbelanja.

2. Variabel Independen :

- a. Kualitas Pelayanan

Jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen

- b. Kepercayaan

Kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya.

- c. Kepuasan Pelanggan

Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan *metode purposive sampling* yang dilakukan di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* di Yogyakarta. Perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Gardena Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan konsumen yang berbelanja lebih dari 2 kali dalam 3 bulan terakhir di *department store & supermarket* Gardena di Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan selama bulan Maret-april 2017. dan didapat kesimpulan sebagai berikut:

##### A. Analisis Karakteristik Responden

1. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah 61 responden (61%).
2. Mayoritas responden dalam penelitian ini dengan usia 15-25 tahun dengan jumlah 69 responden (69%)
3. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan jumlah 58 responden (58%)

4. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pengeluaran sebesar Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 dengan jumlah 36 responden (36%)
5. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki frekuensi kunjungan di *department store & supermarket* Gardena 2-5 kali sebanyak 40 responden (40%)

B. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,985 \geq 0,05$ . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ditolak.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,017 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,001 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
4. Komponen variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen berbelanja di *department store & supermarket* Gardena

Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Penelitian ini menyesuaikan kuesioner dengan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan oleh penulis.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Yogyakarta saja serta memiliki keterbatasan responden yaitu hanya 100 responden yang merupakan konsumen yang berbelanja lebih dari 2 kali dalam 3 bulan terakhir.
3. Penelitian ini dilakukan masih dengan cara manual yakni menyebarkan kuesioner secara langsung kepada setiap pengunjung Gardena Yogyakarta.

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Saran berdasarkan hasil penelitian untuk Gardena Yogyakarta

Ditinjau dari hasil analisis uji regresi linear berganda (uji t, uji F, uji  $R^2$ ) membuktikan bahwa komponen kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta. Hasil perhitungan determinasi ( $R^2$ ) yang menyatakan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,252 yang berarti variabilitas variabel dependen (loyalitas konsumen berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen (kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan) sebesar 25,2%. sedangkan sisanya ( $100\% - 25,2\% = 74,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dari hasil tersebut maka saran yang dapat penulis berikan untuk kedepannya bagi Gardena adalah perlu diadakannya peningkatan terhadap variabel kualitas pelayanan agar konsumen Gardena semakin loyal (setia) berbelanja di *department store & supermarket* Gardena Yogyakarta.

### 5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada

responden dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.

2. Pada penelitian yang akan datang diharapkan peneliti melakukan studi terhadap Gardena melalui variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas berbelanja. Karena dari hasil penelitian yang penulis lakukan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,252 yang berarti variabilitas variabel dependen (loyalitas berbelanja di Gardena) yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independent (variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan) sebesar 25,2%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 25,2\% = 74,8\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.
3. Pada penelitian yang selanjutnya, sebaiknya peneliti menambahkan pertanyaan didalam kuesioner dalam variabel kualitas pelayanan mengenai *tangible*.
4. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online agar dapat diharapkan jumlah responden lebih banyak dan varian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. **2005**. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Armstrong, dan Kotler **2003**. *Dasar – dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta : Indeks Gramedia
- Azwar, S. **1997**. *Reliabilitas & Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bachmann, R., dan Zaheer, A. **2006**. *Handbook of Trust Research*. USA: Edward Elgar Publishing, Incorporated.
- Chen, S.C., dan Dhillon, G.S. **2003**. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in E-Commerce*. *Information Technology and Managemet*, 4, 303-318.
- Doney, P.M., dan Cannon, J.P. **1997**. *An Examination of The Nature of Trust in Buyer – Seller Relationship*, *Journal of Marketing April*, pp. 35-51.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. **1994**. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Binarupa Aksara
- Giese & Cote. **2000**. *Academy of Marketing Science Review*. Defining Consumer Satisfaction Volume 2000 No. 1. Dilihat 08 maret 2017, <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>.
- Griffin, jill. **2003**. *Customer loyalty*. Erlangga. Jakarta.
- Hasan A. **2009**. *Marketing Edisi Baru*. Yogyakarta : Media Presindo
- Herizon dan W. Maylina 2003. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesetiaan terhadap Merek pada Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Surabaya*. Ventura.
- Kotler , Philip. **1997**. *Dasar-Dasar Pemasaran – Principles of marketing*, edisi VII, Jakarta.

- Kotler, Philip. **2000**, Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo
- Kotler, Philip. **2002**. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lim. Et.al. **2001**. *Sustainable Marketing Enterprise In Asia*. Prentice Hall. Singapura.
- Luthans, Fred.**1995**. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT Bumi Aksara : Moenir.
- Mayer, R.C., Davis, J. H., dan Schoorman, F. D. **1995**. *An Integratif Model of Organizational Trust*, Academy of Management Review. 30 (3): 709-734.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. **2002a**. *Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology*. Informatin System Research. 13(3), 334-59.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. **2002b**. *The Impact of Initial Trust Consumer on Intention To Transact With A Web Site: A trust building Model*. Journal of Strategic Information System. 11(3-4), 297-323.
- Moorman, C., R. Deshpande, dan G. Zaltman. **1993**. *Factors Affecting Trust in Market Research Relationships*. *Journal of Marketing*, January, Vol. 57, No.1, pp. 81-101.
- Morgan, R.M. and Hunt, S.D. **1994**. *The commitment-trust theory of relationship marketing*, Journal of Marketing, Vol. 58 No. 3, pp. 20-38.
- Nasution, M.N. **2005**. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- NN. Januari 2009. Sejarah Gardena Departement Store. Dilihat 08 maret 2017,<http://gardenastore.blogspot.co.id/2009/01/diawali-sebuah-toko-kecil-gardena.html>.
- Payne, A. **2000**. Pemasaran Jasa.Yogyakarta : Andi
- Peter dan Olson. **1996**. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Consumen Behavior, Gelora Aksara Pratama, Jakarta : oliver

Rousseau, D.M., S.B. Sitkin, R.S. Burt, dan C. Camerer. **1998**. *Not So Different After All: A Cross-Discipline View of Trust*. Academy of Management Review 23:393–404.

Tjiptono, F. **2001**. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. **2007**. Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.

Tse dan Wilson. **1988**. Manajemen Jasa Terpadu. Diterjemahkan oleh Nasution, M. Nur. **2004**. Ghalia Indonesia.

Walker, D. **1997**. Mendahulukan Pelanggan. Diterjemahkan oleh Anton Adiwiyoto Jakarta. Binarupa Aksara.

Westbrook dan Reilly. **1983**. Brand Management and Strategy. Diterjemahkan oleh Dalam Tjiptono, Fandy **2005**. Penerbit Andi.

Wilkie, William L. **1994**. Customer Behavior (Third Edition). New York. John Wiley dan Sons, Inc, s.

Yazid. **2001**. Pemasaran Jasa. Konsep dan Implementasi. Edisi Kedua. Yogyakarta: Ekonisia