

**DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN: STUDI CARREFOUR YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Julianty**

**NPM : 05 03 15705**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
JANUARI, 2010**

**SKRIPSI**

**DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN: STUDI CARREFOUR YOGYAKARTA**

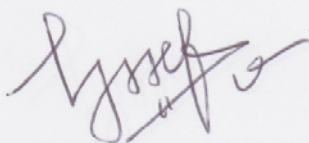
**Disusun Oleh :**

**Julianty**

**NPM : 05 03 15705**

**Telah Dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing utama**



**(Fandy Tjiptono, SE., M.Com)**

**Tanggal 3 Desember 2009**

**SKRIPSI DENGAN JUDUL:**  
**DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS  
PELANGGAN: STUDI CARREFOUR YOGYAKARTA**

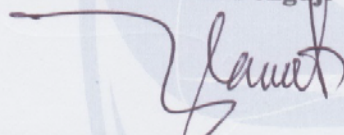
**Yang dipersiapkan dan disusun oleh:**

**JULIANTY**  
**NPM: 05 03 15705**

**Telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal 13 Januari 2010  
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat  
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

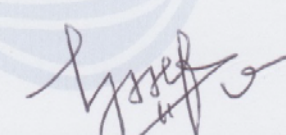


**(Dr. EF. Slamet S. Sarwono, MBA)**

**Anggota Panitia Penguji**

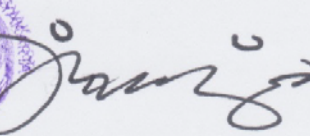
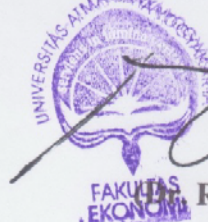


**(Drs. Gunawan Jiwanto, MBA)**



**(Fandy Tjiptono, SE., M.Com)**

**Yogyakarta, 13 Januari 2010  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma jaya Yogyakarta**



**R. Maryatmo, MA.)**

## **PERNYATAAN**

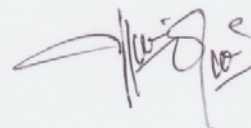
Saya yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: STUDI CARREFOUR YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Desember 2009

Yang menyatakan



Julianty

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih karunia dan rahmat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi yang berjudul “ **DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN: STUDI CARREFOUR YOGYAKARTA**“ ini digunakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Fandy Tjiptono, SE., M.Com, selaku Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan, dorongan maupun saran yang berguna dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugasnya dengan baik.
2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya yang telah memberikan pengetahuan dan pengajaran kepada penulis.
3. Mama Papa terkasih yang telah memberikan semangat, kesabaran, dan doa dalam mengerjakan skripsi.
4. Ko Ricky yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
5. Sahabatku Angel, Ifon dan Veve yang selalu memberikan semangat, mendengarkan segala keluhan dari segala permasalahan yang saya hadapi.

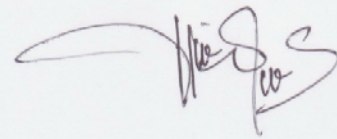
6. Semua pihak yang tidak mungkin disebut satu per satu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 3 Desember 2006

Penulis



Julianty

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Manusia boleh berencana, Tuhan pun memiliki rencana yang lebih sempurna, dan akan kita alami, lebih dari apa yang kita inginkan.”

”Sesungguhnya tangan Tuhan tidaklah kurang panjang dan telinga-Nya tidak kurang tajam, hanya kita yang tidak menyadari pertolongan-Nya”



*Ku Persembahkan Skripsi Ini Untuk:*

*Papa dan Mama*

*Dani, Rudi dan Mega*

## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan Pembimbing .....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Halaman Motto Dan Persembahan .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Latar Belakang Masalah .....	1
1.3. Perumusan Masalah .....	6
1.4. Batasan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
1.7. Sistematika Penulisan .....	9



BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1. Pendahuluan .....	10
2.2. Perilaku Konsumen.....	10
2.2.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	10
2.2.2. Faktor Situasional.....	10
2.3. Jasa.....	13
2.3.1. Pengertian Jasa.....	13
2.3.2. Kunci Sukses Jasa.....	13
2.4. Bisnis Ritel di Indonesia.....	16
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5.1. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan bagi Perusahaan.....	20
2.5.3. Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa.....	20
2.6. Kepercayaan.....	21
2.6.1. Definisi Kepercayaan.....	21
2.7. Komitmen Pelanggan.....	23
2.8. Loyalitas.....	24
2.8.1. Definisi Loyalitas.....	24
2.8.2. Pendekatan Mengukur Loyalitas.....	24
2.9. <i>Consumer Relationship</i> .....	27
2.10. Citra Toko.....	28
2.11. <i>Positive Affect</i> .....	29
2.12. <i>Word of Mouth</i> .....	29

2.12.1. Definisi <i>Word of Mouth</i> .....	29
2.13. Sensitivitas Harga .....	30
2.13.1. Faktor-faktor Sensitivitas Harga .....	31
2.14. Niat Pembelian .....	32
2.15. Keluhan Pelanggan .....	33
2.15.1. Definisi Keluhan Pelanggan .....	33
2.15.2. Perilaku Keluhan .....	33
2.15.3. Faktor Keluhan Konsumen .....	33
2.15.4. Penanganan Keluhan Konsumen .....	34
2.16. Penelitian Sebelumnya .....	35
2.17. Hipotesis Penelitian .....	37
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1. Pendahuluan .....	43
3.2. Lingkup Penelitian .....	40
3.2.1. Lokasi, Objek dan Subjek Penelitian .....	40
3.3. Metoda Sampling dan Metoda Pengumpulan Data .....	44
3.3.1. Metoda pengambilan sampel .....	44
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data .....	45
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	46
3.5. Metoda Pengujian Instrumen .....	47
3.5.1. Uji Validitas .....	48
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	48

3.6. Metoda Analisis Data.....	48
3.6.1. Regresi Linier Sederhana.....	48
3.6.2. Regresi Berganda.....	51
3.6.3. MANOVA.....	52
 BAB IV ANALISIS DATA .....	 54
4.1. Pendahuluan .....	54
4.2. Pengujian Instrumen .....	55
4.2.1. Uji Validitas.....	55
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	57
4.3. Karakteristik Responden.....	60
4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.4. Pengujian Hipotesis .....	62
4.4.1. Pengaruh <i>Consumer Relationship Proneness</i> dan Citra Toko terhadap <i>Positive Affect</i> .....	62
4.4.2. Pengaruh <i>Consumer Relationship Proneness</i> , Citra Toko dan <i>Positive Affect</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	64
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	65

4.4.4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan .....	66
4.4.5. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	68
4.4.6. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Niat Pembelian .....	69
4.4.7. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Keluhan Pelanggan....	70
4.4.8. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> (WOM), Niat Membeli dan Keluhan Pelanggan.....	71
4.5. Perbandingan Penelitian ini dan Penelitian Bloemer dan Odekerken- Schroder, 2002.....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL .....</b>	<b>75</b>
5.1. Pendahuluan .....	75
5.2. Kesimpulan .....	75
5.3. Implikasi Manajerial .....	76
5.4. Kelemahan Penelitian .....	77
5.5. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Peraturan Presiden 112 tahun 2007.....	18
Tabel 2.2. Temuan Penelitian Sebelumnya.....	35
Tabel 3.1. Definisi Operasional .....	46
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 4.7. Hasil Regresi Berganda <i>Consumer Relationship</i> dan Citra Toko pada <i>Positive Affect</i> .....	62
Tabel 4.8. Hasil Regresi Berganda <i>Consumer Relationship Proneness</i> , Citra Toko terhadap <i>Positive Affect</i> pada Kepuasan Pelanggan .....	64
Tabel 4.9. Hasil Regresi Sederhana Kepuasan pada Kepercayaan .....	65
Tabel 4.10. Hasil Regresi Sederhana Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan.....	66
Tabel 4.11. Hasil Regresi Sederhana Komitmen Pelanggan terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	68
Tabel 4.12. Hasil Regresi Sederhana Komitmen Pelanggan terhadap Niat Pembelian.....	69

Tabel 4.13. Hasil Regresi Sederhana Komitmen terhadap Keluhan Pelanggan .	70
Tabel 4.14. Multivariate Tests .....	71
Tabel 4.15. Levene's Test of Equality of Error Variances .....	72
Tabel 4.16. Tests of Between-Subjects Effects .....	72
Tabel 4.17. Perbandingan Penelitian ini dan Penelitian Bloemer dan Odekerken-Schroder, 2002 .....	73



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. <i>Conceptual Model</i> .....	42
Gambar 3.1. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	49
Gambar 3.2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan .....	49
Gambar 3.3. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Word of Mouth (WOM) .....	49
Gambar 3.4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Pelanggan .....	50
Gambar 3.5. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Niat Pembelian Pelanggan .....	50
Gambar 3.6. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Keluhan Pelanggan .....	50
Gambar 3.7. Pengaruh <i>Consumer Relationship Proneness</i> dan Citra Toko terhadap <i>Positive Affect</i> .....	51
Gambar 3.8. Pengaruh <i>Consumer Relationship Proneness</i> , <i>Posisitive Affect</i> dan Citra Toko terhadap <i>Positive Affect</i> .....	52
Gambar 3.9. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap WOM, Harga, Niat Pembelian, dan Keluhan Pelanggan Sensitivitas .....	53
Gambar 4.1. Hasil <i>Conceptual Model</i> setelah Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Regresi Linier Sederhana
Lampiran	IV	Analisis Regresi Berganda
Lampiran	V	Analisis MANOVA
Lampiran	VI	Data Jawaban Responden