

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN
(Studi Empiris Pada Pattern X Jogja)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

Alfon Brian Laksa Dewa

NPM : 15 03 21806

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi Empiris Pada Pattern X Jogja)

Disusun oleh :

Alfon Brian Laksa Dewa

NPM : 15 03 21806

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

Dr. J. Ellyawati, MM.

Tanggal, 13 Maret 2020

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN

(Studi Empiris Pada Pattern X Jogja)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Alfon Brian Laksa Dewa

NPM : 15 03 21806

**telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 15 Mei 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen**

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si

Dr. J. Ellyawati, MM.

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

**Yogyakarta, 15 Mei 2019
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 359/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 15 Mei 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---|---------------|
| 1. Prof. Dr, MF. Shellyana Junaedi, M.SI. | Ketua Penguji |
| 2. Dr. J. Ellyawati, MM. | Anggota |
| 3. Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. | Anggota |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Alfon Brian Laksa Dewa

NPM : 150321806

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Alfon Brian Laksa Dewa telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN
(Studi Empiris Pada Pattern X Jogja)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/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 kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Maret 2020

Yang menyatakan



Alfon Brian Laksa Dewa

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus atas kasih, berkat dan karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Hambatan dan beban penyelesaian skripsi ini cukup berat. Namun penulis merasa ringan dan nyaman dalam menyelesaikannya berkat bantuan dari banyak pihak. Bimbingan, dukungan dan perhatian yang penulis dapat dari berbagai pihak menjadikan terasa ringan pekerjaan ini. Oleh sebab itu maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan tersebut yaitu kepada :

1. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pendampingan dengan tanpa lelah hingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.
2. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi UAJY yang telah memberikan ilmu dan layanan kepada penulis selama kuliah.
3. Pimpinan dan karyawan Pattern X Jogja yang telah meberikan ijin dan mendampingi penulisan saat melakukan penelitian.
4. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner penelitian, terima kasih atas atensinya.

5. Papa dan mama yang telah meberikan segala yang kalian punya untuk anakmu ini.
6. Saudara-saudaraku tercinta, kalian adalah mahluk Tuhan terbaik yang dikirimkan untuk menemani hidupku
7. Seahabat - sahabatku yang telah menemaniku, membimbing dan yang memberikan motivasi selama aku kuliah di Yogyakarta, terima kasih atas apa yang semua telah kau berikan.
8. Teman-teman angkatan 2015, terima kasih untuk semua cerita, canda tawa dan bantuannya selama ini.
9. Semua pihak yang tidak kalah penting tetapi tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap bahwa penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Mei 2020

Penulis

Alfon Brian Laksa Dewa

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jadilah pionir pada setiap hal yang baik.



Sekripsi ini kupersembahkan untuk :

➤ **Semua orang yang mengasihiku**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN DEKAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Kepercayaan.....	8
2.2. Kualitas Layanan	10
2.3. Persepsi Nilai	13
2.4. Kepuasan	18
2.5. Loyalitas	21
2.6. Penelitian Terdahulu	25
2.7. Hipotesis Penelitian	29
2.8. Kerangka Penelitian	35

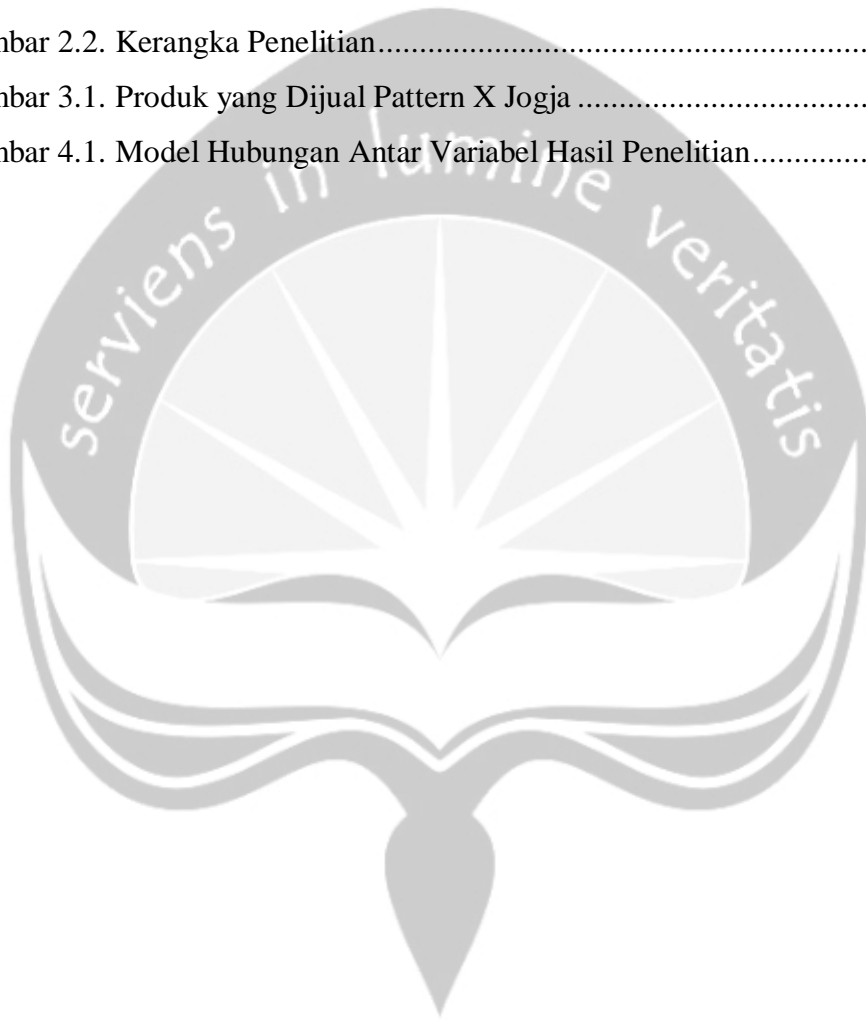
BAB III	METODE PENELITIAN	37
	3.1. Bentuk Penelitian	37
	3.2. Obyek, Subyek, Tempat dan Waktu Penelitian	37
	3.3. Populasi, Sampel, dan Metode Penelitian Sampel	39
	3.4. Definisi Operasional, Indikator Penelitian, dan Skala Pengukuran	40
	3.5. Metode Pengumpulan Data	45
	3.6. Metode Pengujian Instrumen	46
	3.7. Metode Analisis Data	49
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
	4.1. Deskripsi Profil Karakteristik Demografi Responden	52
	4.2. Deskripsi Jawaban Responden	57
	4.3. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i>	67
	4.4. Pembahasan	82
BAB V	PENUTUP	87
	5.1. Kesimpulan	87
	5.2. Implikasi Manajerial	89
	5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	92
	DAFTAR PUSTAKA	93
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1. Definisi Operasional, Indikator Penelitian dan Skala Pengukuran.....	41
Tabel 3.2. Hasil uji Validitas	47
Tabel 3.3. Hasil uji Validitas	47
Tabel 4.1. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan...	54
Tabel 4.4. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 4.6. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli...	56
Tabel 4.7. Distribusi Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.	57
Tabel 4.8. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepercayaan	59
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Layanan	60
Tabel 4.10. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Nilai Fungsional.	61
Tabel 4.11. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Nilai Emosional .	62
Tabel 4.12. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Nilai Sosial	63
Tabel 4.13. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Nilai Moneter.....	64
Tabel 4.14. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kepuasan	65
Tabel 4.15. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Loyalitas	66
Tabel 4.16. <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	67
Tabel 4.17. <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 4.18. <i>Construct Reliability & Validity</i>	74
Tabel 4.19. Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Adjusted R-Square</i>	75
Tabel 4.20. Hasil Uji Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	77
Tabel 4.21. <i>Path Coefficient</i>	78

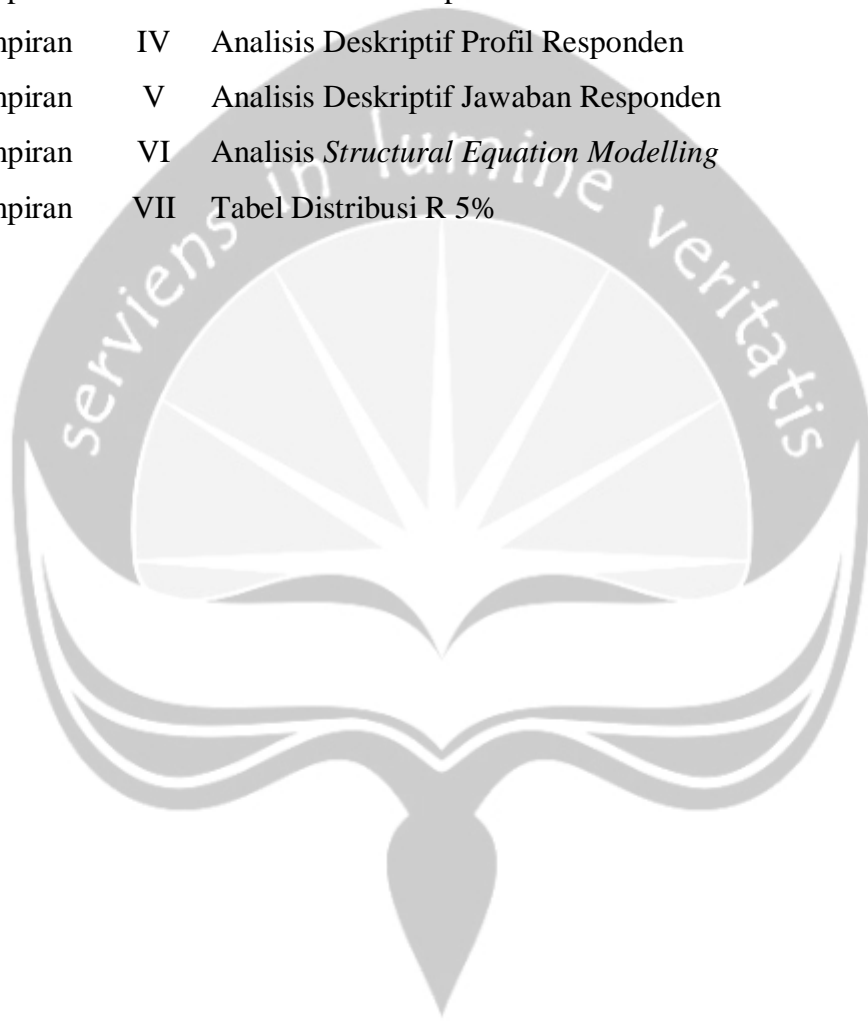
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Piramida Lotalitas.....	24
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian.....	36
Gambar 3.1. Produk yang Dijual Pattern X Jogja	38
Gambar 4.1. Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Data Jawaban Responden
Lampiran	III	Data Jawaban Responden N = 200
Lampiran	IV	Analisis Deskriptif Profil Responden
Lampiran	V	Analisis Deskriptif Jawaban Responden
Lampiran	VI	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i>
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R 5%



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN DAN
PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
KONSUMEN
(Studi Empiris Pada Pattern X Jogja)**

Disusun oleh :
Alfon Brian Laksa Dewa
NPM : 15 03 21806

Dosen Pembimbing:
Dr. J. Ellyawati, MM.

Intisari

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan untuk tetap menjadi pelanggan dari produk atau jasa suatu perusahaan. Untuk meningkatkan loyalitas, salah satu kunci sukses yang dapat dilakukan adalah dengan membuat konsumen puas atas konsumsi produk atau jasa perusahaan. Kepuasan tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kepercayaan konsumen, memberikan layanan yang baik dan mampu memberikan nilai (*value*) yang tinggi atas konsumsi produk atau jasa perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kepercayaan, kualitas layanan, nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial dan nilai moneter terhadap kepuasan pelanggan. 2) Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dilakukan pada 200 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian produk-produk *fashion* Pattern X Jogja. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 2) Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 3) Nilai fungsional berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 4) Nilai emosional berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 5) Nilai sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 6) Nilai moneter berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. 7) Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. 8) Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan”.

Kata kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Persepsi Nilai, Kepuasan, Loyalitas Konsumen.