

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN BIAYA  
BERPINDAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**SKRIPSI**

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

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Dewi Nur Setyaningsih**

**NPM: 09 03 18057**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2014**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN BIAYA  
BERPINDAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Disusun oleh:**

**Dewi Nur Setyaningsih**

**NPM: 09 03 18057**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**



**Drs. D. Koeshartono, MM.**

**Tanggal 16 Mei 2014**

## SKRIPSI

# PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN BIAYA BERPINDAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh

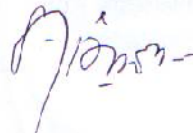
**Dewi Nur Setyaningsih**

NPM: 09 03 18057

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada 11 Juli 2014  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen

### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

**Ketua Panitia Penguji**




**Dr. J. Ellyawati, MM.**

**Anggota Panitia Penguji**



**Dra. A.M. Rosa Widjojo, MBA.**



**Drs. D. Koeshartono, MM.**

Yogyakarta, 11 Juli 2014

**Wakil Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Wakil Dekan I**



**A. Jatmiko Wibowo, SE., SIP., MSF.**

## PERNYATAAN

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

### **PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN *SWITCHING COST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

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 ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Juni 2014

Yang menyatakan



Dewi Nur Setyaningsih

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan atas segala berkat, rahmat, serta penyertaannya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Biaya Berpindah Sebagai Variabel Mediasi”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Banyak kesulitan dan hambatan yang penulis alami dalam menyelesaikan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dorongan moril dari berbagai pihak, maka penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Kiranya merupakan waktu dan tempat yang tepat untuk menyampaikan terima kasih dan penghormatan yang tulus kepada beberapa pihak yang berperan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. D. Koeshatono, MM., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta memberikan kritik dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku yang tidak lelah memberikan kepercayaan, perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan moril serta materiil.
3. Saudara-saudaraku tersayang yang telah memberikan dukungan, semangat dan kasih sayang.

4. *Someone special*, terimakasih atas segala dukungan, cinta, kasih sayang dalam menemani, membantu dan mendengarkan berbagai kesulitan yang dihadapi oleh penulis selama penulisan skripsi ini.
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya angkatan 2009 yang telah menemani dan mendukungku selama ini dari awal hingga saat ini, semoga persahabatan kita terjalin selamanya dan kita semua menjadi orang yang berhasil nantinya.
6. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan informasi bagi pembaca.

Penulis

Dewi Nur Setyaningsih

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**SELALU BERUSAHA UNTUK MEMPEROLEH YANG  
TERBAIK DALAM HIDUP DAN BERBAGI DENGAN  
ORANG LAIN**

**Skripsi ini kupersembahkan kepada:**

- ❖ Papa dan Mama tercinta
- ❖ Saudara-saudaraku tersayang
- ❖ Semua orang yang mengasihiku

## DAFTAR ISI

|  | Halaman |
|--|---------|
| Halaman Judul .....  | i       |
| Halaman Persetujuan Pembimbing .....   | ii      |
| Halaman Pengesahan Skripsi .....   | iii     |
| Halaman Pernyataan .....   | iv      |
| Kata Pengantar .....   | v       |
| Halaman Motto dan Persembahan .....  | vii     |
| Daftar Isi .....   | viii    |
| Daftar Tabel .....   | x       |
| Daftar Gambar .....  | xi      |
| Daftar Lampiran .....  | xii     |
| Intisari .....   | xiii    |
| <br>   |         |
| BAB I Pendahuluan .....  | 1       |
| A. Latar Belakang Masalah .....  | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....   | 5       |
| C. Batasan Masalah .....   | 5       |
| D. Tujuan Penelitian .....   | 6       |
| E. Manfaat Penelitian .....  | 7       |
| F. Sistematika penulisan .....   | 8       |
| <br>   |         |
| BAB II Landasan Teori .....  | 10      |
| A. Tinjauan Pustaka .....  | 10      |
| B. Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen dan<br><i>Switching Cost</i> Terhadap Loyalitas Konsumen ..... | 24      |
| C. Kerangka Penelitian .....   | 25      |
| D. Hipotesis .....   | 25      |



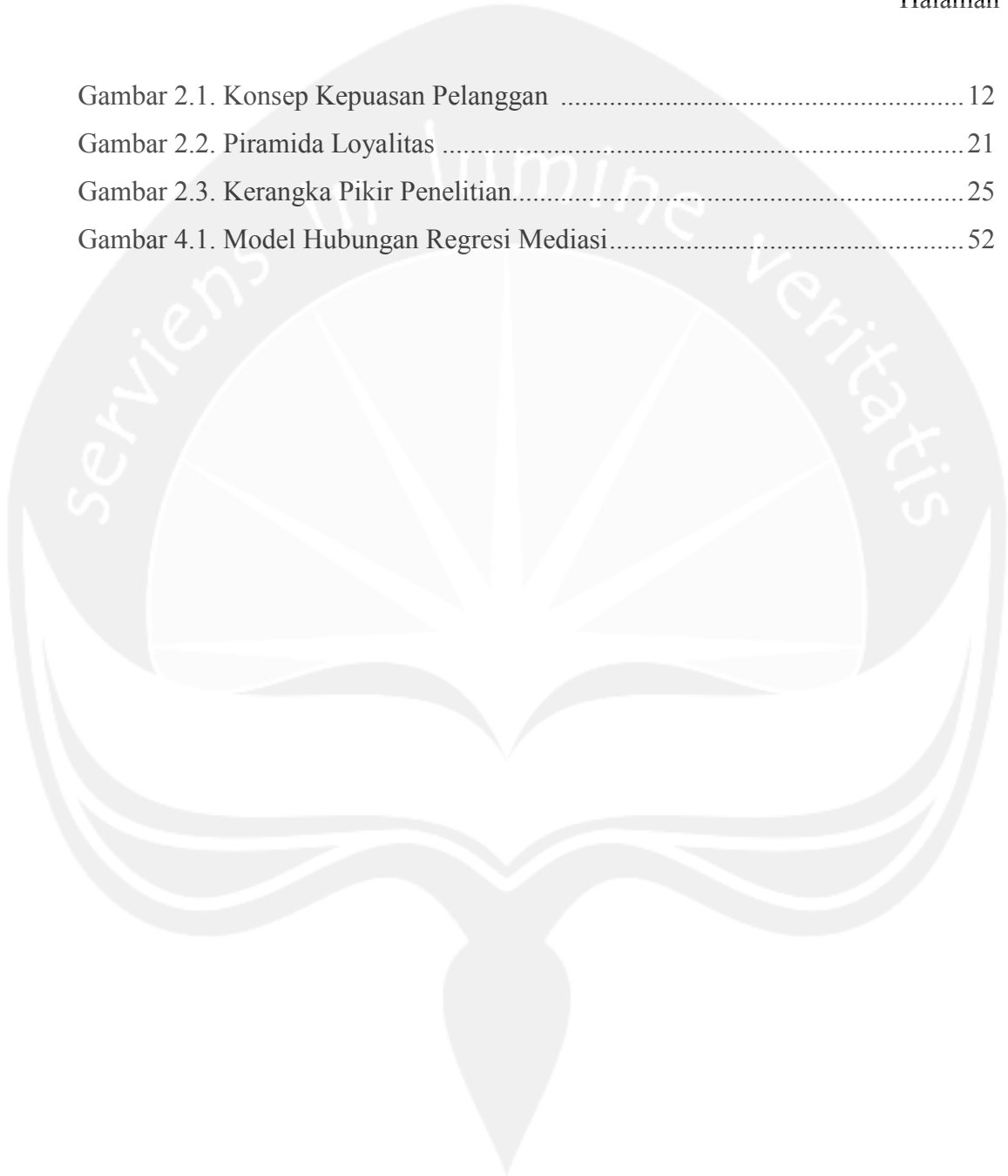
|  |    |
|--|----|
| BAB III Metode Penelitian .....  | 29 |
| A. Bentuk, Tempat dan Waktu Penelitian .....   | 29 |
| B. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....  | 29 |
| C. Metode Pengumpulan Data .....   | 30 |
| D. Metode Pengukuran Data .....  | 31 |
| E. Metode Pengujian Instrumen .....  | 32 |
| F. Metode Analisis Data .....  | 34 |
| <br>   |    |
| BAB IV Analisis Data .....   | 38 |
| A. Pengujian Instrumen .....   | 38 |
| B. Karakteristik Demografi Responden .....   | 41 |
| C. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan<br>Dengan Biaya Peralihan Sebagai Variabel Mediasi ..... | 43 |
| D. Uji Hasil Efek Mediasi .....  | 51 |
| E. Pembahasan .....  | 54 |
| <br>   |    |
| BAB V Penutup .....  | 57 |
| A. Kesimpulan .....  | 57 |
| B. Saran .....   | 58 |
| <br>   |    |
| Daftar Pustaka .....   | 61 |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....   | 39      |
| Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....   | 40      |
| Tabel 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 41      |
| Tabel 4.4. Persentase Responden Berdasarkan Usia.....   | 42      |
| Tabel 4.5. Persentase Responden Berdasarkan Merek Sepatu Basket yang<br>Biasa Digunakan .....                                   | 42      |
| Tabel 4.6. Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ulang.....  | 43      |
| Tabel 4.7. Hasil Uji Kesesuaian Model.....  | 45      |
| Tabel 4.8. Uji Signifikansi Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas<br>Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen ..... | 48      |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan .....     | 12      |
| Gambar 2.2. Piramida Loyalitas .....            | 21      |
| Gambar 2.3. Kerangka Pikir Penelitian.....      | 25      |
| Gambar 4.1. Model Hubungan Regresi Mediasi..... | 52      |



## DAFTAR LAMPIRAN

|          |     |                            |
|----------|-----|----------------------------|
| Lampiran | I   | Kuesioner                  |
| Lampiran | II  | Validitas dan Reliabilitas |
| Lampiran | III | Analisis Persentase        |
| Lampiran | IV  | Analisis SEM               |
| Lampiran | V   | Data Jawaban Responden     |
| Lampiran | VI  | Tabel Distribusi R         |



# **PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN BIAYA BERPINDAH SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**Disusun oleh :**  
**Dewi Nur Setiyaningsih**  
**NPM: 09 03 18057**

**Dosen Pembimbing**  
**Drs. D. Koeshatono, MM.**

## **Intisari**

Loyalitas konsumen pada suatu merek/perusahaan merupakan indikator kemampuan perusahaan yang baik dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan ada banyak cara atau strategi yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menciptakan rintangan pengalihan (*switching cost*), menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen pada produk atau jasa perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen, kepercayaan dan rintangan pengalihan terhadap loyalitas konsumen. Responden pada penelitian ini adalah konsumen pengguna sepatu olah raga (sepatu basket) sebanyak 133 orang responden.

Hasil penelitian membuktikan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap rintangan pengalihan maupun loyalitas konsumen. Hasil lain dari penelitian ini memberikan informasi bahwa rintangan pengalihan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci:** kepuasan, kepercayaan, biaya berpindah dan loyalitas.