

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP  
KEPUASAN, KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS  
PELANGGAN DI HARTONO ELEKTRONIKA SURABAYA**



**Oleh :**

**ELISABETH YOVIA SIMEDA NOVIANDRI  
3103013045**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**ANALISIS PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP  
KEPUASAN, KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS  
PELANGGAN DI HARTONO ELEKTRONIKA SURABAYA**



**SKRIPSI**  
Diajukan kepada  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Jurusan Manajemen

**OLEH:**  
**ELISABETH YOVIA SIMEDA NOVIANDRI**  
3103013045

**JURUSAN MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**  
**SURABAYA**  
2017

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisabeth Yovia Simeda Noviandri  
NRP : 3103013045  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Program Loyalitas Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) sebatas untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.



Surabaya, 10 Juli 2017

Yang menyatakan

Elisabeth Yovia Simeda Noviandri

NRP. 3103013045

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PROGRAM LOYALITAS TERHADAP  
KEPUASAN, KEPERCAYAAN, KOMITMEN, DAN LOYALITAS  
PELANGGAN DI HARTONO ELEKTRONIKA SURABAYA**

Oleh:  
ELISABETH YOVIA SIMEDA NOVIANDRI  
3103013045

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si.

Tanggal : 11/7/17

Pembimbing II,



Vronika Rahmawati, S.E., M.Si.

Tanggal : 12/7/17

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Elisabeth Yovia Simea Noviadri, NRP 3103013045 telah diuji pada tanggal 24 Juli 2017 dan dinyatakan LULUS oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,



Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si.  
NIK. 311.97.0268

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., AK., CA  
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan Manajemen



Robertus Sigit H. L., S.E., M.Sc  
NIK. 311.11.0678

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan karunia-Nya, skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Program Loyalitas Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan di Hartono Elektronika Surabaya**” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun maksud dan tujuan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih kepada semua pihak atas segala saran, bimbingan, dan dorongan semangat guna terselesaikannya skripsi ini. Untuk itu, sudah sepatutnya diucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat dan penyertaan-Nya selama proses pengerjaan skripsi.
2. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit Haribowo Lukito, S.E., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dr. Cicilia Erna Susilawati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan serta saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan dorongan serta saran untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Kedua orang tua penulis yang telah membiayai, memfasilitasi, mendukung dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. Adik penulis yang selalu memberikan dukungan baik itu doa dan moral sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Alfonsus Dhani Arianda Haryono, S.T selaku teman dekat yang bersedia membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Seluruh sahabat penulis: Erlinda Natasha Lonadry, Sherly Lawujaya, Jassica Viviana, Yunike yang telah mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan sumbangsih ide, gagasan, dan gambaran serta dukungan hingga penulisan skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi Jurusan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Sebab selain nilai dan gelar, pengalaman skripsi ini sangat berguna sebagai pengetahuan pribadi dan semoga dapat menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya, 10 Juli 2017

Elisabeth Yovia Simea Noviadri



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b><i>ABSTRACT</i>.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori .....	10
2.2.1. <i>Consumer Behavior</i> .....	10
2.2.2. Program Loyalitas.....	14
2.2.3. Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.4. Kepercayaan Pelanggan.....	17
2.2.5. Komitmen .....	18
2.2.6. Loyalitas Pelanggan.....	20



2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	21
2.3.1.	Hubungan Program Loyalitas dan Kepuasan Pelanggan .....	21
2.3.2.	Hubungan Program Loyalitas dan Kepercayaan.....	22
2.3.3.	Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Komitmen.....	23
2.3.5.	Hubungan Komitmen dan Loyalitas Pelanggan .....	25
2.3.6.	Hubungan Program Loyalitas dan Loyalitas Pelanggan .....	26
2.4.	Model Penelitian .....	27
2.5.	Hipotesis	28
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	29
3.2.	Identifikasi Variabel .....	29
3.3.	Definisi Operasional Variabel .....	30
3.3.1	Program Loyalitas .....	30
3.3.2.	Kepuasan Pelanggan.....	30
3.3.3.	Kepercayaan .....	31
3.3.4.	Komitmen.....	31
3.3.5.	Loyalitas Pelanggan.....	31
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data .....	32
3.4.1.	Jenis Data .....	32
3.4.2.	Sumber Data .....	32
3.5.	Skala Pengukuran Variabel .....	33
3.6.	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	33
3.7.	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7.1.	Populasi .....	33
3.7.2.	Sampel.....	34
3.7.3.	Teknik Pengambilan Sampel .....	34

3.8. Teknik Analisis Data .....	35
3.8.1. Uji Normalitas .....	35
3.8.2. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	36
3.8.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran.....	37
3.8.4. Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Deskripsi Data Penelitian.....	40
4.1.1. Karakteristik Responden .....	40
4.1.2. Statistik Deskriptif Variabel .....	43
4.2. Analisis Data .....	47
4.2.1. Uji Asumsi SEM .....	47
4.2.2. Uji Validitas dan Realibilitas.....	49
4.2.3. Pengujian Kesesuaian Model.....	53
4.2.4. Persamaan Struktural.....	54
4.2.5. Pengujian Hipotesis .....	55
4.3. Pembahasan.....	57
4.3.1. Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kepuasan Pelanggan..	57
4.3.2. Pengaruh Program Loyalitas terhadap Kepercayaan .....	58
4.3.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Komitmen .....	59
4.3.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Komitmen .....	60
4.3.5. Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan .....	60
4.3.6. Pengaruh Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan ..	61
<b>BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1. Simpulan.....	63
5.2. Saran .....	63
5.2.1. Saran Akademik .....	64

5.2.2. Saran Praktik .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>Lampiran 1: Kuesioner .....</b>	<b>68</b>
<b>Lampiran 2: Deskripsi Data Responden .....</b>	<b>71</b>
<b>Lampiran 3: Statistik Deskriptif .....</b>	<b>72</b>
<b>Lampiran 4: Pengujian Normalitas .....</b>	<b>73</b>
<b>Lampiran 5: Pengujian Validitas .....</b>	<b>74</b>
<b>Lampiran 6: Reliabilitas .....</b>	<b>76</b>
<b>Lampiran 7: <i>Goodness Of Fit</i>.....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran 8: Pengujian Kecocokan Model Struktural.....</b>	<b>78</b>
<b>Lampiran 9: Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>81</b>
<b>Lampiran 10: <i>Output Syntax</i>.....</b>	<b>82</b>
<b>Lampiran 11: Tabulasi Data.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>Consumer Behavior</i> .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Konsep Penelitian .....	27

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini .....	10
Tabel 3.1	Indeks Kecocokan Model Data.....	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan 2 Bulan Terakhir .....	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	43
Tabel 4.5	Kelompok Interval Penilaian .....	43
Tabel 4.6	Nilai <i>Mean</i> Indikator dan Variabel Program Loyalitas .....	44
Tabel 4.7	Nilai <i>Mean</i> Indikator dan Variabel Kepuasan Pelanggan .....	44
Tabel 4.8	Nilai <i>Mean</i> Indikator dan Variabel Kepercayaan .....	45
Tabel 4.9	Nilai <i>Mean</i> Indikator dan Variabel Komitmen .....	46
Tabel 4.10	Nilai <i>Mean</i> Indikator dan Variabel Loyalitas Pelanggan .....	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i> .....	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i> .....	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas .....	49
Tabel 4.14	Hasil Uji Realibilitas Program Loyalitas .....	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Realibilitas Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4.16	Hasil Uji Realibilitas Kepercayaan.....	51
Tabel 4.17	Hasil Uji Realibilitas Komitmen.....	52
Tabel 4.18	Hasil Uji Realibilitas Loyalitas Pelanggan .....	53
Tabel 4.19	<i>Goodness Of Fit Indices</i> .....	53
Tabel 4.20	Hasil <i>Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i> .....	564
Tabel 4.21	Hasil Pengujian Hipotesis.....	56

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program loyalitas terhadap kepuasan, kepercayaan, komitmen dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini, kelima variabel tersebut di analisis menggunakan analisis SEM LISREL 8.70. Obyek penelitian ini adalah Hartono Elektronika. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 105 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang dibangun dapat memprediksi perilaku konsumen tentang loyalitas pelanggan secara terperinci. Hasil penelitian menjelaskan pada pengujian hipotesis pertama bahwa program loyalitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis kedua, menunjukkan bahwa program loyalitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Selain itu hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap komitmen. Kemudian hipotesis keempat juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap komitmen. Lalu hipotesis kelima juga menunjukkan bahwa komitmen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan hipotesis keenam juga menunjukkan bahwa program loyalitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Program Loyalitas, kepuasan, kepercayaan, komitmen, loyalitas pelanggan.

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of loyalty programs on satisfaction, trust, commitment and customer loyalty. In this study, the five variables were analyzed using SEM LISREL 8.70 analysis. The object of this research is Hartono Elektronika. The number of samples used in the study were 105 respondents. The results show that the model built can predict consumer behavior about customer loyalty in detail the results explained in testing the first hypothesis, loyalty program has a positive effect on customer satisfaction. The second hypothesis shows that loyalty programs have a positive effect on trust. In addition the third hypothesis shows that customer satisfaction has a positive effect on commitment. Then the fourth hypothesis also shows that trust has a positive effect on commitment. Then the fifth hypothesis also shows that commitment has a positive effect on customer loyalty and the sixth hypothesis also shows that the loyalty program has a positive effect on customer loyalty.*

***Keywords:*** *Loyalty program, satisfaction, trust, commitment, loyalty*