

**PENGARUH ETIKA PERILAKU PENJUAL
TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN PADA DEALER
MOBIL NISSAN BASUKI
RAHMAT SURABAYA**



**OLEH:
JEFFRY WIHARTONO**

NRP : 3103009294

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

2013

**PENGARUH ETIKA PERILAKU PENJUAL
TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN PADA DEALER
MOBIL NISSAN BASUKI
RAHMAT SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

**OLEH:
JEFFRY WIHARTONO**

NRP : 3103009294

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

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH ETIKA PERILAKU PENJUAL TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN DAN
KEPERCAYAAN PELANGGAN PADA DEALER MOBIL NISSAN
BASUKI RAHMAT SURABAYA**

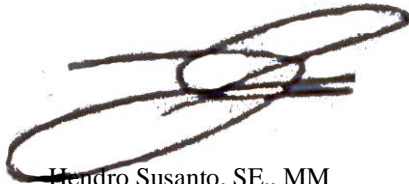
Oleh:

JEFFRY WIHARTONO

3103009294

Telah Disetujui dan Diterima untuk Sidang akhir

Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM

Tanggal: 24-06-2013

Pembimbing II.



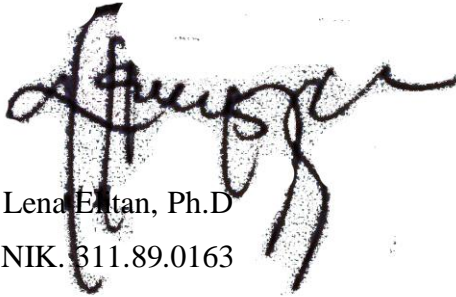
Dra. Eca Anni, MM

Tanggal: 25-06-2013

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Jeffry Wihartono NRP 3103009294
Telah diuji pada tanggal 17 Juni 2013 dan dinyatakan lulus
oleh Tim Penguji

Ketua tim Penguji



Lena Ertan, Ph.D

NIK. 311.89.0163

Mengetahui

Dekan



Dr. Lodovicus Ladi, MM.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Herlina Yoka Roida, SE., M.Sc

NIK : 311.99.0362

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jeffry wihartono

NRP : 3103009294

Judul Skripsi : Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Pada Dealer Nissan Basuki Rahmat Surabaya

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah hasil pemikiran saya sendiri dan tidak merupakan hasil plagiat. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bersedia menerima sanksi apabila saya melanggar.

Saya setuju pula bahwa karya tulis ini dapat dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (digital Library) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan hak cipta. Dengan demikian pernyataan keaslian dan publikasi karya ilmiah, saya buat dengan sebenarnya

Surabaya 22 Juni 2013

Yang Menyatakan

A handwritten signature in blue ink is written over a green 6000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METRAL TAMPEL' and '6000'.

(Jeffry Wihartono)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala penyertaan dan kasih Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Etika Perilaku Penjual Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Pada Dealer nissan Basuki Rahmat Surabaya” dari awal hingga akhir penelitian ini. Adapaun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penulisan dan penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, pengalaman yang dimiliki serta adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE.,M.Com., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Julius F. Nagel, MM., Drs., S.TH., selaku dosen wali yang telah mendampingi penulis selama proses perkuliahan di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Ibu Dra. Ec. Arini, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Ibu Dr. Christina Esthi Susanti, MM,CPM (AP)., dan Ibu Maria M. Kristanti, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Siprianus S. Sina, Drs. Ec., MM, selaku Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya yang sangat berarti untuk membimbing penulis dengan berbagai masukan yang sangat penting bagi terselesaikannya skripsi ini.
9. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
10. *Gan xie wo de jia ren, te bie song gei..nai nai, adie, da wei ge ge*, yang telah memberikan dukungan material dan moral serta tidak lupa mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat waktu.
11. *Gan xie wo de peng you*, KPK komunity yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan bantuan yang tulus kepada penulis dengan caranya masing-masing.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan masukan kepada semua pihak yang berkaitan dalam penelitian ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan penelitian ini pada masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan-kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Mei 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Kata Pengantar	i
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	x
Abstraksi	xi
BAB1: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori	10
2.1.1 Etika perilaku penjual	10
2.1.2 Kepuasan	13
2.1.3 Kepercayaan	15
2.1.4 Loyalitas	16
2.3 Pengaruh Antar Variabel	19
2.3.1 Pengaruh antara Etika perilaku penjual terhadap kepuasan	19
2.3.2 Pengaruh antara Etika perilaku penjual terhadap kepercayaan	20

2.3.3	Pengaruh antara Etika perilaku penjual terhadap loyalitas	22
2.3.4	Pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas	23
2.3.5	Pengaruh antara kepercayaan terhadap loyalitas	24
2.3.6	Pengaruh antara Etika perilaku penjual terhadap loyalitas Melalui kepuasan	25
2.3.7	Pengaruh antara Etika perilaku penjual terhadap loyalitas Melalui kepercayaan	26
2.4	Kerangka Penelitian	27
2.5	Hipotesis	28
BAB 3: METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	29
3.2	Identifikasi Variabel	29
3.3	Definisi Operasional Variabel	30
3.4	Jenis dan Sumber Data	32
3.5	Teknik Pengukuran Variabel	32
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data	33
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	34
3.7.1	Populasi, Sampel	34
3.7.2	Teknik Pengambilan Sampel	34
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Uji Normalitas	35
3.8.2	Prosedur Penerapan Structural Equation Modeling (SEM)	35
BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Karakteristik Objek Penelitian	41
4.1.1	Data Responden	41
4.2	Deskripsi Data	41

4.2.1	Karakteristik Responden	41
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	41
4.3	Analisis Data	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.3.3	Uji Normalitas	50
4.3.4	Uji Kecocokan Keseluruhan Model	51
4.3.5	Uji Kecocokan Model Struktural	53
4.4	Pembahasan	57
4.4.1	Hubungan Antara Etika perilaku penjual dengan Kepuasan pelanggan	57
4.4.2	Hubungan Antara Etika perilaku penjual dengan Kepercayaan pelanggan	58
4.4.3	Hubungan Antara Etika perilaku penjual dengan Loyalitas pelanggan	59
4.4.4	Hubungan Antara Kepuasan pelanggan dengan Loyalitas pelanggan	60
4.4.5	Hubungan Antara Kepercayaan pelanggan dengan Loyalitas pelanggan	61
4.4.6	Hubungan Antara Etika perilaku penjual dengan Loyalitas pelanggan Melalui Kepuasan pelanggan .	61
4.4.7	Hubungan Antara Etika perilaku penjual dengan Loyalitas pelanggan Melalui Kepercayaan pelanggan	62

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	64
-----	----------------	----

5.2 Saran	66
5.2.1 Saran Praktis	66
5.2.2 Saran Akademik	67
5.3 Keterbatasan	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	9
Tabel 4.1. Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Usia	42
Tabel 4.3. Domisili	42
Tabel 4.4. Derajat Penelitian Setiap Variabel	43
Tabel 4.5. Descriptive Statistic Etika perilaku penjual	44
Tabel 4.6. Descriptive Statistic Kepuasan pelanggan	44
Tabel 4.7. Descriptive Statistic Kepercayaan pelanggan	45
Tabel 4.8. Descriptive Statistic Loyalitas pelanggan	45
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Normalitas Univariat	50
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Normalitas Multivariat	51
Tabel 4.13. Indeks Kesesuaian Model Struktural	51
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian	27

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden (Kuesioner)

Lampiran 3. Data Descriptive Statistic

Lampiran 4. Uji Normalitas

Lampiran 5. Uji Kecocokan

Lampiran 6. Gambar SEM

ABSTRAK

Di era globalisasi ini persaingan bisnis telah membuat berbagai perusahaan untuk berlomba merebut dan mempertahankan pangsa pasarnya. Dalam hal ini salah satu sektor yang masuk dalam dunia usaha adalah sektor otomotif. Khususnya penjualan di bidang mobil, para penjual harus bisa menemukan berbagai strategi yang tepat untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, dengan harapan bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Teori pemasaran mengemukakan bahwa kunci sukses sebuah organisasi tergantung pada kemampuan untuk berinteraksi secara dinamis, dan juga pelayanan, khususnya etika perilaku penjual akan mempengaruhi kepuasan dan kepercayaan yang akan menimbulkan loyalitas pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan hubungan antara etika perilaku penjual terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada dealer mobil nissan Basuki Rahmat Surabaya. Obyek penelitiannya adalah masyarakat di Surabaya dan luar Surabaya yang sudah pernah melakukan pembelian mobil Nissan di dealer nissan Basuki Rahmat Surabaya. Sampel yang digunakan sebanyak 104 responden dan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui program LISREL 8.70 Student. Temuan yang di dapat adalah variabel etika perilaku penjual tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, tetapi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan dan juga berpengaruh signifikan menjadi mediator terhadap loyalitas ,sedangkan untuk kepuasan dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Etika perilaku penjual, Kepuasan, Kepercayaan, Loyalitas

ABSTRACT

In this era of globalization of business competition has made many companies to compete to capture and maintain market share. In this case one of the sectors included in the corporate world is the automotive sector. Especially in the field of automobile sales, the seller should be able to find a variety of appropriate strategies to achieve competitive advantage, in the hope of maintaining the market and win the competition. Marketing theory suggests that the key to an organization's success depends on the ability to dynamically interact, and also services, particularly ethical behavior will affect the seller's satisfaction and trust that will lead to customer loyalty

This study aims to determine the relationship between ethical behavior seller relationship on customer loyalty through customer satisfaction and confidence in the nissan car dealer Surabaya Basuki Rahmat. The object of research is in the community and outside Surabaya Surabaya who've never made a purchase in dealer nissan car Nissan Surabaya Basuki Rahmat. The samples are 104 respondents and using analytical SEM (Structural Equation Modeling) program through the Student LISREL 8.70. The findings in the can is variable sellers ethical behavior no significant effect on loyalty, but significant effect on customer satisfaction and trust as well as a significant mediating effect on loyalty, satisfaction and confidence while having a significant impact on loyalty.

Keywords: Ethics seller behavior, Satisfaction, Confidence, loyalty