ANALISISI PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO SEPATU BONAFIT DI KANDAT KABUPATEN KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Manajemen

OLEH :

DWI ANNA WULANDIKA
NPM : 11.1.02.02.0386P

JURUSAN MANAGEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

ATAS NAMA

DWI ANNA WULANDIKA

NPM : 11.1.02.02.0386P

Dengan Judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO SEPATU BONAFIT DI KANDAT KABUPATEN KEDIRI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian Prodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Kediri, 18 Agustus 2016

Ka. Prodi Manajemen,	Pembimbing,
Ema Nurzainul Hakimah,S.E,M.M	**Dra.Puji Astuti,M.M.,M.Si.**
NIDN.0727127801	NIDN.0710106402

HALAMAN PENGESAHAN

ATAS NAMA

DWI ANNA WULANDIKA

NPM : 11.1.02.02.0386P

Dengan Judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO SEPATU BONAFIT DI KANDAT KABUPATEN KEDIRI

Telahdipertahankan didepan Panitia Penguji

Pada tanggal 4 Februari 2016

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

PANITIA PENGUJI		TANDA TANGAN
1. Ketua	: Dra.Puji Astuti.M.M.,M.Si.	
2. Penguji I	: Lilia Pasca Riani, M.Sc	

Mengetahui dan Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr.Subagyo

NIDN.0717066601

ANALISISI PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO SEPATU BONAFIT DI KANDAT KABUPATEN KEDIRI

OLEH:

DWI ANNA WULANDIKA
NPM: 11.1.02.02.0386P

FAKULTAS EKONOMIM
PRODI MANAJEMEN
UN PGRI KEDIRI
2016

Ka. Prodi Manajemen	Pembimbing I
Ema Nurzainul Hakimah,S.E.,M.M	Dra. Puji Astuti, M.M.,M.Si
NIDN. 0727127801	NIDN.0710106402

ABSTRAK

Dwi Anna Wulandika: Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Sepatu Bonafit Di Kandat Kabupaten Kediri, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas UN PGRI Kediri.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dan loyalitas pelanggan

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang konsumen beralih ke toko yang lain, terutama jika pada toko sepatu tersebut di dapat perubahan, baik menyangkut harga barang, ataupun atribut lainnya. Sedangkan loyalitas toko saja yang menjadi inti dari kekuatan sebuah produk karena produk yang memiliki loyalitas di pastikan memiliki *name awareness* yang cukup tinggi, kualitas yang baik, dan *brand association* yang cukup dikenal

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit yang menjual sepatu pantofel di Kandat Kabupaten Kediri?. (2)Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit yang menjual sepatu pantofel di Kandat Kabupaten Kediri?. (3) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit yang menjual sepatu pantofel di Kandat Kabupaten Kediri?. (4)Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit yang menjual sepatu pantofel di Kandat Kabupaten Kediri?. (5) Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualits pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit yang menjual sepatu pantofel di Kandat Kabupaten Kediri secara simultan?

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sehingga dalam penelitian ini penulis dalam penyelesaian masalah penelitian data dengan hasil kuesioner tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dan loyalitas pelanggan toko sepatu bonafit di kandat kabupaten kediri. Kemudian penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) hasil pengujian hipotesis 1 mendapatkan bahwa variabel Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan produk Toko Sepatu Bonafit. (3) hasil pengujian hipotesis 3 mendapatkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. (4) hasil pengujian hipotesis 4 (H4) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan produk Toko Sepatu Bonafit. (5) hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan)

I. Latar Belakang Masalah

Pada intinya loyalitas konsumen atau loyalitas pelanggan dapat berawal dari loyalitas toko. *Brand loyalty* merupakan suatu ukuran ketertarikan pelanggan kepada sebuah merek ukuran ini. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya seorang konsumen beralih ke toko yang lain, terutama jika pada toko sepatu tersebut di dapat perubahan, baik menyangkut harga barang, ataupun atribut lainnya. Sedangkan loyalitas toko saja yang menjadi inti dari kekuatan sebuah produk karena produk yang memiliki loyalitas di pastikan memiliki *name awareness* yang cukup tinggi, kualitas yang baik, dan *brand association* yang cukup dikenal

Loyalitas konsumen dapat disebabkan oleh dua faktor, yaitu loyal karena tidak ada pilihan lain dan loyal karena sudah merasa puas dengan produk tesebut, faktor yang kedua inilah yang paling banyak diharapkan oleh setiap produsen. Untuk membangun loyalitas konsumen, maka pelanggan harus dipuaskan terlebih dahulu dan kalau konsumen tidak puas maka tidak mungkin mereka merasa puas.

Berdasarkan uraian diatas, maka judul dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri).

II. Metode

A. Identifkasi Variabel Penelitian

1. Variabel bebas (*Independent variable*)
   a. Kualitas Produk (X_1)
   b. Pelayanan (X_2)
   c. Harga(X_3)
   d. Kepercayaan (X_4)
2. Variabel terikat (*Dependent variable*)
   Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Loyalitas Pelanggan

B. Tehnik dan Pendekatan Penelitian

1. Tehnik Penelitian
   penelitian ini termasuk dalam kategori *penelitian eksplanatoris*
2. Pendekatan Penelitian
   Hasil kuesioner tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dan loyalitas pelanggan toko sepatu bonafit di kandat kabupaten kediri. Kemudian penelitian menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

III. Hasil dan Kesimpulan

A. Pengujian Hipotesis

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0{,}274\ X1 + 0{,}218\ X2 + 0{,}238\ X3 + 0{,}207\ X4$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

X1 = Variabel kualitas produk

X2 = Variabel kualitas pelayanan

X3 = Variabel harga

X4 = Variabel kepercayaan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

1) Artinya apabila kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali atau = 0 maka variabel loyalitas pelanggan memiliki nilai sebesar 5,522
2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,274. artinya bahwa setiap peningkatan variabel kualitas produk 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan sebsar 0,274 dengan asumsi variabel kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan konstan.
3) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0,218. Artinya bahwa setiap peningkatan variabel kualitas pelayanan 1 (satu) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan sebsar 0,218 dengan asumsi variabel kualitas produk, harga dan kepercayaan konstan
4) Nilai koefisien regresi variabel harga 0,238. Artinya bahwa setiap peningkatan variabel harga 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan sebsar 0,238 dengan asumsi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan konstan.
5) Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan 0,207. Artinya bahwa setiap peningkatan variabel kepercayaan 1 (satu) akan mengakibatkan peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 0,207 dengan asumsi variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga konstan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil pengujian hipotesis 1 mendapatkan bahwa variabel Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa konsumen akan memilih produk dengan kualitas produk yang baik.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

   Pengujian hipotesis 2 menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan produk Toko Sepatu Bonafit. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai produk yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan mendorong pelanggan untuk setia terhadap produk tersebut

3. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

   Hasil pengujian hipotesis 3 mendapatkan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berarti bahwa harga yang semakin wajar akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil ini menjelaskan bahwa harga dapat menjadi tambahan referensi bagi calon konsumen dan menjadi pertimbangan terhadap produk yang diinginkan.

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

   Hasil pengujian hipotesis 4 (H4) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan produk Toko Sepatu Bonafit. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai produk yang sesuai dengan tingkat baik atau tidaknya kepercayaan yang diberikan mendorong pelanggan untuk setia terhadap produk tersebut.

5. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Sepatu Di Kandat Kabupaten Kediri

   Hasil uji F memperlihatkan bahwa pengaruh secara bersamaan dari seluruh variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan pada produk di Toko Sepatu Bonafit menunjukkan hasil yang signifikan. Hal tersebut ditunjukkan dari besarnya nilai F sebesar 21,397 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05).

C. Simpulan

1. Hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri. Pengujian membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

2. Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri. Pengujian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

3. Hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan terdapat pengaruh antara harga dengan loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri. Pengujian membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

4. Hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan terdapat pengaruh antara kepercayaan dengan loyalitas pelanggan Toko Sepatu Bonafit di Kandat Kabupaten Kediri. Pengujian membuktikan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

IV. Daftar Pustaka

.

Assael,2001.***Loyalitas Terhadap Suatu Toko***. Edisi Milenium, Jilid 1, Terjemahan Benjamin Molan, Jakarta, Prenhallindo.

Assauri,1993.***Mutu dan Kualitas Produk Mempengaruhi Minat Pelanggan***. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Aydin dan Ozer,2005.***Alasan-Alasan Konsumen Memberikan Kepercayaan***. Jakarta, Salemba Empat.

Engel,1995. ***Dampak Loyalitas Konsumen Terhadap Perkembangan Usaha.***Cetakan ke-6, BPFE, Yogyakarta, 1995

Darsono dan Dharmmesta,2005.***Kepercayaan Merupakan Modal Utama Perkembangan Usaha***. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Ghozali, Imam. 2001. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS***, BP UNDIP, Semarang.

Ghozali, Imam. 2005. ***Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 3***, BP UNDIP, Semarang.

Griffin,2002. ***Perkembangan Mengelola Kualitas Produk***. LP3E S, Jakarta

Harsoyo, Titik Desi. 2009. ***Perangkap Loyalitas Pelanggan: Sebuah Pemahaman Terhadap Noncomplainers pada Setting Jasa,*** Jurnal Manajemen Teori dan Terapan No.1, hal 27-41

Karsono. 2007. ***Peran Variabel Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Biaya Perpindahan yang Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan,*** Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.1 No.1, hal 93-110.

Kotler, Philip. 2000. ***Manajemen Pemasaran***.The Millenium Edition, New Jersey :Prentice Hall International , Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. ***Prinsip-prinsip pemasaran Jilid I***, Erlangga, Jakarta.

Lam, Shankar dan Khrisnan, 2004. ***Managemen Pemasaran Terpadu***. Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta

Lau dan Lee,1999.***Pemasaran Hasil Usaha Secara Benar***.Bandung: CV Alfabeta. pp: 224 s.d 228.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. ***Perilaku Konsumen,*** Jakarta, Salemba Empat.

Marius P. Angipora. 2002. ***Dasar-Dasar Pemasaran***, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Naresh K. Malhotra. 2006. ***Riset Pemasaran Jilid II***, Indeks, Jakarta.

Pradana, Adhitya. 2010. ***Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Desain Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota,*** Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.

Ramadania. 2002. ***Kepercayaan dan Komitmen Sebagai Perantara Kunci Relationship Marketing Dalam Membangun Loyalitas,*** JurnalRiset

Sugiyono. 1997. ***Metode Penelitian Bisnis***, Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2001. ***Metode Penelitian Bisnis***, Alfabeta, Bandung.

_____. 2004. ***Metode Penelitian Bisnis***, Alfabenta, Bandung.

Sutisna. 2003. ***Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran***, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sugiharto, et al., 2001. ***Teknik Sampling***, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Swasta, Basu. 1994. ***Manajemen Pemasaran Modern***, Liberty, Jogjakarta.

Swasta Basu, dan Irawan. 1997. ***Manajemen Pemasaran Modern***, Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono,2002.***Harga Merupakan Faktor Paling Dominan***. Cetakan ke-6, Edisi ke-4, BPFE, Yogyakarta, 2002

Tjiptono, Chandra dan Adriana,2008. ***Persyaratan Kebutuhan Pelanggan Terhadap Loyalitas***. Cetakan ke-6, Edisi ke-4, BPFE, Yogyakarta, 2002