

Konsentrasi/BidangMinat:
Ritel

**PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION, DAN
BRAND TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
PADA PRIVATE LABEL CARREFOUR DI SURABAYA**

Skripsi S-1



OLEH:

DEVI CICILIA TENGGONO

3103010085

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA *PRIVATE LABEL*
CARREFOUR DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

DEVI CICILIA TENGGONO

3103010085

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA *PRIVATE LABEL*
CARREFOUR DI SURABAYA

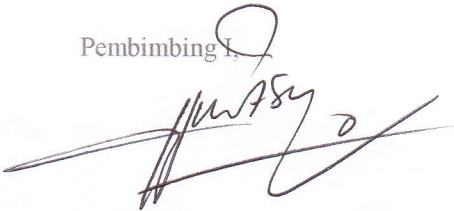
OLEH:

DEVI CICILIA TENGGONO

3103010085

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

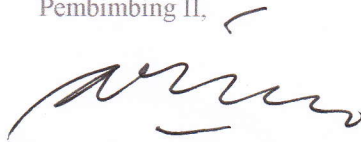
Pembimbing I,

A stylized, handwritten signature in black ink, likely belonging to Prof. Dr. Teman Koesmono.

Prof. Dr. Teman Koesmono, MM.,

Tanggal: 5 November 2014

Pembimbing II,

A stylized, handwritten signature in black ink, likely belonging to Dra. ec. Lydia Ari Widyarini.

Dra. ec. Lydia Ari Widyarini, MM.

Tanggal: 29 Oktober 2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Devi Cicilia Tenggono NRP 3103010085. Telah diuji pada tanggal 2 Desember 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji

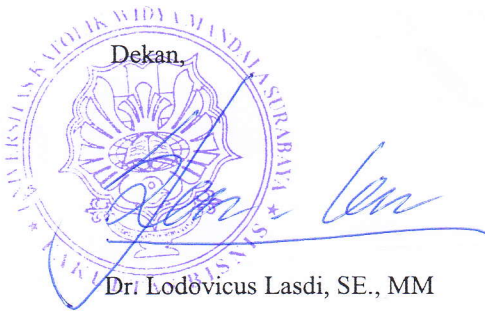


Dr. Diyah Tulipa, MM

NIK. 311.02 .0543

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM

NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan



Elizabeth Supriharyanti, SE., M.Si

NIK. 311. 99. 0369

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 : Devi Cicilia Tenggono

NRP : 3103010085

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Satisfaction*, Dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pada *Private Label Carrefour* Di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, 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 Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

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

Surabaya, 2 Desember 2014

Yang Menyatakan,



(Devi Cicilia Tenggono.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul ”Pengaruh *Customer Satisfaction*, Dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pada *Private Label Carrefour* Di Surabaya”.

Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada jenjang strata satu (S-1) di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak serta menyadari akan terbatasnya waktu, kemampuan, pengalaman yang dimiliki serta dukungan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., 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. Prof. Dr. Teman Koesmono, MM., selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Ibu Dra. ec. Lydia Ari Widyarini. MM. selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, semangat, perhatian kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Seluruh teman-teman saya dan sahabat Widya Mandala yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas doa, semangat dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat kelemahan dan kekurangan. Maka, segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan terbuka untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Penulis memohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 5 November 2014

Devi Cicilia Tenggono

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>Abstract</i>	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	10

2.2.3	<i>Brand Trust</i>	12
2.2.4	<i>Customer Loyalty</i>	17
2.2.5	<i>Private label</i>	19
2.3	Hubungan Antar Variabel	21
2.4	Model Penelitian.....	22
2.5	Hipotesis	23
BAB 3.	METODE PENELITIAN.....	24
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Identifikasi Variabel	24
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	24
3.4	Jenis Data dan Sumber Data	26
3.4.1	Jenis Dan Sumber Data	26
3.5	Alat dan Metode Pengumpulan Data	27
3.6	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	27
3.6.1	Populasi	27
3.6.2	Sampel.....	28
3.7	Tehnik Analisis Data	31
3.7.1	Uji <i>Validitas</i>	31
3.7.2	Uji <i>Reliabilitas</i>	31
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
3.7.4	Uji Kecocokan Model.....	33
3.7.3	Uji Hipotesis.....	33

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Subjek Penelitian	35
4.2 Statistik Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian.....	36
4.3 Uji <i>Validitas</i> dan <i>Reliabilitas</i>	39
4.3.1 Uji <i>Validitas</i>	39
4.3.2 Uji <i>Reliabilitas</i>	40
4.4 Teknik Analisis.....	41
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	41
4.4.2 Koefisien Determinasi Berganda	42
4.5 Pengujian Hipotesis	43
4.5.1 Analisis Uji t.....	43
4.5.2 Analisis Uji F.....	44
4.6 Pembahasan.....	44
 BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	 45
5.1 Simpulan	45
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	46
5.2 Saran	46
 DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	 50
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan <i>private label</i> dengan merek nasional pada <i>Carrefour</i>	4
Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini.....	8
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden	35
Tabel 4.2 Interval Rata-Rata Skor	36
Tabel 4.3 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian	36
Tabel 4.4 Data Tanggapan Responden Pada Masing-Masing Item Pertanyaan.....	38
Tabel 4.5 Uji <i>Validitas Customer Satisfaction</i>	39
Tabel 4.6 Uji <i>Validitas Brand Trust</i>	40
Tabel 4.7 Uji <i>Validitas Customer Loyalty</i>	40
Tabel 4.8 Uji <i>Reliabilitas</i>	41
Tabel 4.9 Analisis Regresi Linier Berganda	41

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuisisioner
Lampiran 2.	Klasifikasi Responden
Lampiran 3.	Statistik Deskriptif
Lampiran 4.	Uji Validitas
Lampiran 5.	Uji Reliabilitas
Lampiran 6.	Analisis Regresi
Lampiran 7.	Data Kuisisioner Penelitian

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA *PRIVATE LABEL* *CARREFOUR* DI SURABAYA

ABSTRAK

Sampai saat ini masih banyak persepsi tentang kualitas produk *private label* yang dianggap memiliki kualitas yang kurang baik dibandingkan dengan produk-produk merek nasional yang ada. Tetapi seiring berjalannya waktu persepsi tersebut menjadi hilang karena pembuatan produk berkembang jauh lebih baik lagi tidak hanya harga saja yang lebih murah tetapi juga kualitas dari produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh *customer satisfaction* dan *brand trust* terhadap *customer loyalty* pada *private label Carrefour* di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden dan mengolah data dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan dari analisis, maka disimpulkan bahwa *customer satisfaction* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*. Dapat dikatakan semakin baik *customer satisfaction* yang di dapat oleh pelanggan, dapat menghasilkan *customer loyalty* yang baik pula, begitu pula sebaliknya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *customer loyalty* berpengaruh signifikan dan berpengaruh positif terhadap *brand trust*. Berdasarkan penelitian ini *brand trust* berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Oleh karena itu semakin baik *brand trust* yang dimiliki pelanggan maka akan baik pula *customer loyalty* tersebut, begitu pula sebaliknya.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction, Brand Trust, Customer Loyalty, Private Label.*

THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION, AND BRAND TRUST TOWARD CUSTOMER LOYALTY TO PRIVATE LABEL CARREFOUR IN SURABAYA

ABSTRACT

Nowadays, there are many perspectives about the product quality of private label in which mostly consider it to have less good quality than other existing national products. However, that perspective has recently changed because of the production improvement. Not only does the product have cheaper price but it also has better quality. This research's objective is to examine the influence of customer satisfaction and brand trust toward customer loyalty on private label Carrefour in Surabaya. The research was held by distributing 100 questionnaires to respondents and processing the data by applying the double linier regression analysis.

Based on the analysis, it can be concluded that customer satisfaction is significantly and positively influential toward customer loyalty. The better the customer satisfaction is felt by customers, the better the customer loyalty is shown and vice versa. The research also shows that customer loyalty significantly and positively influences brand trust. It is also found that customer loyalty is determined by brand trust. Therefore, good brand trust shown by customers will result on good customer loyalty, and vice versa.

Key words: Customer Satisfaction, Brand Trust, Customer Loyalty, Private Label.