

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP*
SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS
MELALUI *TRUST, COMMITMENT*, DAN
BRAND ATTITUDE
PADA HARYONO TOURS AND TRAVEL
SURABAYA**



OLEH:

Antonius David

8112413033

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2015

**ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP*
SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS MELALUI
TRUST, COMMITMENT, DAN BRAND ATTITUDE
PADA HARYONO TOURS AND TRAVEL
SURABAYA**

TESIS

Diajukan kepada
Universtas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
gelar Magister Manajemen

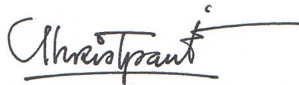


**Oleh
Antonius David
8112413033**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2015**

Persetujuan Dosen Pembimbing

Tesis berjudul “Analisis Pengaruh *Relationship Satisfaction* Terhadap Loyalitas Melalui *Trust*, *Commitment* dan *Brand Attitude* Pada Haryono Tours and Travel Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Antonius David Hariboentoro (8112413033) telah disetujui untuk diuji



Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP)
Pembimbing Tesis

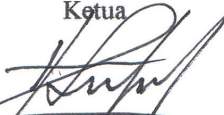
Pengesahan Tim Penguji

Tesis berjudul “Analisis Pengaruh *Relationship Satisfaction* Terhadap Loyalitas Melalui *Trust*, *Commitment* dan *Brand Attitude* Pada Haryono Tours and Travel Surabaya” yang ditulis dan diajukan oleh Antonius David Hariboentoro (8112413033) telah diuji dan dinilai oleh Tim Penguji Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Pada tanggal 23 bulan 2 tahun 2016

Tim Penguji

Ketua



Prof. V. Henky Supit, SE., Ak., CA

Sekretaris



Dr. Christina Esti Susanti

Anggota



Dr. Margaretha Ardhanari

Program Pascasarjana

Direktur



Prof. Anita Lie, Ed.D

iv

Pernyataan Keaslian Tulisan

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini adalah tulisan saya sendiri, dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapa pun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

Surabaya, 3 Maret 2016



(Antonius David Hariboentoro)

(8112413033)

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Antonius David Hariboentoro

NRP : 8112413033

Menyetujui tesis/karya ilmiah saya :

Judul : Analisis Pengaruh *Relationship Satisfaction* Terhadap Loyalitas Melalui *Trust, Commitment* dan *Brand Attitude* Pada Haryono Tours and Travel Surabaya

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet/media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 18 Maret 2016

Yang Menyatakan,



Antonius David Hariboentoro

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Mahakuasa, karena rahmat dan anugrah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini dengan baik. Penelitian Tesis yang berjudul “Analisis Pengaruh Relationship Satisfaction Terhadap Loyalitas Melalui Trust, Commitment, dan Brand Attitude Pada haryono Tours and Travel Surabaya.” Tesis ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan pasca sarjana jurusan Magister Management Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Dalam penyelesaian tesis ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya untuk:

1. Prof. Anita Lie, Ed.D sebagai Direktur Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala yang selalu memberikan nasihat dan masukan positif.
2. Dr. Fenika Wulani, M.Si sebagai Kaprodi Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala yang dengan sabar memberikan dukungan untuk menyelesaikan tesis.
3. Dr. Christina Esti Susanti, MM., CPM (AP) sebagai dosen pembimbing yang telah membantu memberikan masukan, arahan dan bimbingan dari awal pembuatan hingga penulis menyelesaikan tesis.
4. Prof. V. Henky Supit, SE., Ak. Sebagai ketua penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga
5. Dr. Margaretha Ardhari sebagai penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga
6. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengalaman selama proses perkuliahan
7. Orang tua, saudara dan keluarga yang memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.

8. Teman-teman MM WM satu angkatan yang tekah menjadi teman baik dalam waktu yang singkat ini dan selalu ada untuk memberi dukungan.
9. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, 3 Maret 2016

Antonius David Hariboentoro

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Uraian Landasan Teori.....	22

2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	39
2.4 Model Penelitian.....	43
2.5 Hipotesis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
3.1 Rancangan Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1 Populasi.....	47
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Variabel Penelitian.....	49
3.4 Definisi Operasional.....	51
3.5 Instrumen Penelitian.....	53
3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....	54
3.7 Teknik Analisa Data.....	55
BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN HASIL DISKUSI	
PENELITIAN.....	62
4.1 Deskripsi Data.....	62
4.1.1 Karakteritik Responden.....	62
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	64
4.3 Uji Asumsi SEM.....	72
4.3.1 Ukuran Sampel.....	73
4.3.2 Uji Normalitas.....	73
4.3.3 Uji Outlier.....	75
4.3.4 Uji Validitas.....	78
4.3.5 Uji Reliabilitas.....	80

4.4 Model Struktural.....	86
4.4.1 Identifikasi model <i>fit</i>	86
4.4.2 Persamaan Struktural.....	89
4.5 Pengujian Hipotesis.....	91
4.5.1 Pengaruh <i>relationship satisfaction</i> terhadap kepercayaan pelanggan di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	93
4.5.2 Pengaruh kepercayaan terhadap komitmen pelanggan di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	94
4.5.3 Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	94
4.5.4 Pengaruh kepercayaan terhadap <i>brand attitude</i> di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	95
4.5.5 Pengaruh komitmen terhadap loyalitas pelanggan di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	96
4.5.6 Pengaruh <i>brand attitude</i> terhadap loyalitas pelanggan di Haryono Tours and Travel Surabaya.....	96
4.6 Pembahasan.....	97

4.6.1 Pengaruh <i>relationship satisfaction</i> terhadap kepercayaan.....	97
4.6.2 Pengaruh kepercayaan terhadap komitmen.....	99
4.6.3 Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas.	101
4.6.4 Pengaruh kepercayaan terhadap <i>brand</i> <i>attitude</i>	103
4.6.5 Pengaruh komitmen terhadap loyalitas....	105
4.6.6 Pengaruh <i>brand attitude</i> terhadap loyalitas	106
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Simpulan	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Tabel Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Ini.....	18
4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Hotel	62
4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Website B2B Haryono Tours and Travel Tiap Bulan.....	63
4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Travel Agen Lain.....	64
4.4 Tabel Interval rata rata skor.....	65
4.5 Tabel Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel <i>Relationship Satisfaction</i>	66
4.6 Tabel Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel <i>Trust</i>	67
4.7 Tabel Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel <i>Commitment</i>	69
4.8 Tabel Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel <i>Brand Attitude</i>	70
4.9 Tabel Nilai rata-rata, Standar Deviasi Variabel <i>Loyalty</i>	71
4.10 Tabel <i>Assesment of Normality</i>	74

4.11	Tabel <i>Observations farthest from the centroid</i> <i>(Mahalanobis distance)</i>	75
4.12	Tabel <i>Regression Weight</i>	79
4.13	Tabel Reliabilitas Konstruk <i>Realtionship</i> <i>Satisfaction</i>	81
4.14	Tabel Reliabilitas Konstruk <i>Trust</i>	82
4.15	Tabel Reliabilitas Konstruk <i>Commitment</i>	83
4.16	Tabel Reliabilitas Konstruk <i>Brand Attitude</i>	84
4.17	Tabel Reliabilitas Konstruk <i>Loyalty</i>	85
4.18	Tabel <i>Goodness of Fit Index</i>	86
4.19	Tabel Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	91
4.20	Tabel Pengujian Hipotesis.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Diagram Niat Beli Pelanggan Indonesia Produk Online pada 2014.....	5
2.1 Model Penelitian.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Pengisian Kuesioner
Lampiran 3	Karakteristik Responden
Lampiran 4	Tabel Frekuensi
Lampiran 5	<i>Assessment of normality</i>
Lampiran 6	<i>Observations farthest from the centroid</i>
Lampiran 7	<i>Regression Weights</i>
Lampiran 8	<i>Standardized Regression Weights</i>
Lampiran 9	<i>Model Fit Summary</i>
Lampiran 10	<i>Diagram Path</i>

ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP SATISFACTION* TERHADAP LOYALITAS MELALUI *TRUST, COMMITMENT, DAN BRAND ATTITUDE* PADA HARYONO TOURS AND TRAVEL SURABAYA

ABSTRAK

Peningkatan pengunjung hotel di Indonesia membuat peningkatan bisnis tour dan travel. Kemudahan dalam mengakses *website* melalui internet membuat travel agen memanfaatkan kesempatan tersebut. Salah satu travel yang memanfaatkan internet dalam proses penjualan adalah Haryono Tours and Travel. Haryono Tours and Travel memiliki *website* B2B untuk melakukan transaksi pembelian dan penjualan kamar hotel di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Relationship satisfaction* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan (*trust*), komitmen (*commitment*) dan *brand attitude* pada Haryono Tours and Travel Surabaya. Sehingga dapat diketahui faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar pelanggan tidak berpindah ke travel agen lain.

Metode penelitian dengan menggunakan survei yang dibagikan secara online. Pengisian survei akan menggunakan google form. Kuisioner akan dikirim melalui email ke hotel yang menggunakan *website* B2B Haryono Tours and Travel. Teknik analisis yang digunakan adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS. Responden yang diambil berasal dari pengguna Website B2B Haryono Tours dan Travel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *relationship satisfaction* terhadap kepercayaan (*trust*), terdapat pengaruh kepercayaan (*trust*) terhadap komitmen (*commitment*), *brand attitude* dan loyalitas pelanggan, dan terdapat pengaruh komitmen (*commitment*) dan *brand attitude* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: B2B, *Relationship Satisfaction*, loyalitas pelanggan, Kepercayaan, Komitmen, *Brand Attitude*

**ANALYSIS INFLUENCE RELATIONSHIP
SATISFACTION OF LOYALTY THROUGH TRUST,
COMMITMENT, AND BRAND ATTITUDE
AT HARYONO TOURS AND TRAVEL SURABAYA**

ABSTRACT

Increased visitors to hotels in Indonesia make improvement at tour and travel business. Ease in accessing the website via the Internet make travel agents take advantage of the opportunity. One of travel agent that use the Internet in the sales process is Haryono Tours and Trvel. Haryono Tours and Travel has a B2B website to make purchases and sales of hotel rooms in Indonesia. The purpose of this study was to determine the effect Relationship satisfaction to customer loyalty through trust, commitment and brand attitude on Haryono Tours and Travel Surabaya. To find out the factors that affect customer loyalty so that customers do not switch to other travel agents.

The research method by using a survey distributed online use google form. Questionnaires will be sent via email to the hotel who using a B2B website Haryono Tours and Travel. The analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS program assistance. Respondents obtained from users website B2B Haryono Tours.

The results show that there are significant influence relationship satisfaction of the trust (trust), there are significant influence trust of the commitment, brand attitude and customer loyalty, and there are significant influence commitment and brand attitude towards customer loyalty.

Keywords: B2B, Relationship Satisfaction, Customer Loyalty, Trust, Commitment, Brand Attitude