

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST*
DAN *SWITCHING BARRIERS* PADA *CUSTOMER RETENTION*,
DI *HYPERMART SUPERMALL* PAKUWON INDAH SURABAYA**



OLEH :

SISKA HALIM

3103010137

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST*
DAN *SWITCHING BARRIERS* PADA *CUSTOMER RETENTION*,
DI *HYPERMART SUPERMALL* PAKUWON INDAH SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

SISKA HALIM

3103010137

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*, *CUSTOMER TRUST*
DAN *SWITCHING BARRIERS* PADA *CUSTOMER RETENTION*,
DI *HYPERMART SUPERMALL* PAKUWON INDAH SURABAYA

OLEH:

SISKA HALIM

3103010137

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

Tanggal: 11 Feb 2014

Pembimbing II,



C Marliana Junaedi, SE., M.Si., CBA

Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : SISKALALIM

NRP : 3103010137

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



C. Marliana Junaedi, SE., M. Si., CBA

NIK. 311.98.0358

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodeyrcus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Sc
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 : Siska Halim

NRP : 3103010137

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Satisfaction, Customer Trust* dan *Switching Barriers* pada *Customer Retention* pada *Hypermart Supermall* Pakuwon Indah 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, Februari 2014



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan 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 Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M. Com (Fin)., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Doping 1 Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.SI selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Doping 2 Ibu C Marlina Juanedi, SE., M.SI., CBA selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

6. Segenap 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, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman 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.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, Desember 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>Abstract</i>	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Peneltian	6
1.5. Sistematika Skripsi	6
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. <i>Customer Satisfaction</i>	9
2.2.2. <i>Customer Trust</i>	11
2.2.3. <i>Switching Barriers</i>	13
2.2.4. <i>Customer Retention</i>	16

2.3. Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	18
2.3.2 Pengaruh <i>Customer trust</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	19
2.3.3 Pengaruh <i>Switching Barriers</i> Terhadap <i>Customer Retention</i>	19
2.4. Model Penelitian	20
2.5. Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Identifikasi Variabel	21
3.2.1 Definisi Operasional Variabel	22
3.2.2 Pengukuran Variabel	24
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.3.1 Jenis Data.....	24
3.3.2 Sumber Data.....	24
3.4. Alat dan Cara Pengumpulan Data	25
3.4.1 Alat Pengumpulan Data.....	25
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel ..	25
3.5.1 Populasi.....	25
3.5.2 Sampel.....	26
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	26
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.7. Uji Asumsi Klasik	28
3.8. Teknik Analisis Data.....	31

3.9. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	31
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Karakteristik Obyek Penelitian.....	33
4.2. Analisis Data.....	39
4.2.1 Uji Kualitas Data.....	39
4.2.1.a Uji Validitas.....	39
4.2.1.b Uji Reliabilitas.....	40
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.2.3 <i>Regression analysis</i>	42
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	45
4.3. Pembahasan.....	46
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Simpulan	49
5.2. Saran	49
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbandingan antara Penelitian Terdahulu dan Penelitian yang dilakukan.....	8
Lanjutan Tabel 2.1.....	9
Tabel 4.1. Klasifikasi Data Responden.....	33
Tabel 4.2. Interval Rata-Rata Skor.....	34
Tabel 4.3. Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X1)	34
Tabel 4.4. Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Trust</i> (X2).....	36
Tabel 4.5. Statistik Deskripsi Variabel <i>Switching Barrier</i> (X3).....	37
Tabel 4.6. Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Retention</i> (Y).....	38
Tabel 4.7. Uji Validitas.....	39
Tabel 4.8. Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.9. <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	41
Tabel 4.10. Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4.11. Uji Heteroskedastisitas.....	42
Tabel 4.12. <i>Regression analysis</i>	43
Tabel 4.13. Ringkasan Hasil Regresi.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.4 Model Analisis.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	50
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden.....	54
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	79
Lampiran 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	88

ABSTRAK

Kepuasan adalah faktor penting bagi perusahaan. Dimana kepuasan pelanggan akan menjadi norma-norma subjektif yang sangat prediktif terhadap pengalaman dalam pada saat berbelanja di toko ritel seperti contohnya *Hypermart*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *switching barriers* terhadap *customer retention* di *Hypermart Supermall Pakuwon Indah* di Surabaya.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian kausal yaitu penelitian yang mempunyai tujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh variabel satu terhadap variabel lain. Penelitian ini merupakan penelitian hipotesis yang disertai dengan pengujian statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 120 pelanggan *Hypermart* yang berada di Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *switching barriers* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer retention* di *Hypermart Supermall Pakuwon Indah* di Surabaya.

Kata Kunci: *Customer satisfaction, Customer trust, Switching barriers, dan Customer retention*

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION,CUSTOMER
TRUST, SWITCHING BARRIERS AGAINST CUSTOMER
RETENTION INHYPERMART SUPERMALL PAKUWON INDAH
SURABAYA**

ABSTRACT

Satisfaction is an important factor for a company. Where the satisfaction of customer will be the subjective norms highly predictive of the experience when shopping in retail stores such as Hypermart for example. This study aims to determine the effect of customer satisfaction , customer trust and switching barriers on customer retention in Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya.

Used in this study are causal research that have the purpose to analyze the relationship between one variable to another .This research are hypotheses research that includes of statistic research. The sampling technique used was non-probability sampling. This type of method used was purposive sampling. The samples used were 120 people who are customers in Hypermart Surabaya. Data was collected using a questionnaire. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with SPSS. The results of this analysis showed that customer satisfaction, customer trust, and switching barriers have a significant impact on customer retention in Hypermart Supermall Pakuwon Indah Surabaya

Keywords: Customer satisfaction, Customer trust, Switching barriers, dan Customer retention