

ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna

Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

oleh:

MARINA KUSUMA WARDANI

F0210087

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2017

ABSTRAK

ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)

oleh:

MARINA KUSUMA WARDANI

F0210087

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas konsumen dan kepuasan konsumen sebagai mediasi. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keuntungan sosial, keuntungan kepercayaan, dan keuntungan perlakuan khusus.

Penelitian ini menggunakan sampel 110 nasabah bank syariah di Surakarta. Penelitian ini menggunakan SEM-PLS dalam analisis data yang diperoleh melalui kuesioner.

Hasil dari penelitian adalah keuntungan kepercayaan berpengaruh signifikan pada kepuasan konsumen sementara kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Namun, keuntungan sosial dan keuntungan perlakuan khusus tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Keterbatasan penelitian ini pada perbankan syariah yang berdampak pada keterbatasan generalisasi studi. Hal ini akan menunjukkan hasil yang tidak fit jika diterapkan pada sektor jasa lain. Penelitian ini juga menguji pengaruh dari tiga variabel keuntungan relasional pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini belum secara mendalam menguji pengaruh variabel lain yang mungkin memberi pengaruh pada hasil.

Kata kunci: *Relationship marketing, Benefits, Kepuasan, Loyalitas, Syariah, Banking*

ABSTRACT

ANTECEDENTS OF CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY

(Study on Islamic Banking Customers in Surakarta)

by:

MARINA KUSUMA WARDANI

F0210087

The study aims to determine contributing factors to customer loyalty towards shari'a banking customers. The dependent variable is customer loyalty and customer satisfaction as mediation, while the independent variables are social benefits, confidence benefits and special treatment benefits.

This research is based on a sample of 110 customers of islamic retail banking in Surakarta. Then SEM-PLS is used to analyze the data collected from questionnaire survey.

The results show that confidence benefits has significant and positive effects on customer satisfaction while customer satisfaction has significant effect on customer loyalty. However, social benefits and special treatment benefits didn't have any significant effect on customer satisfaction.

The study's limitation is this study was conducted in an islamic retail banking setting and may not be generalized in other service sectors. It has also focused on the relationship between relational benefits, satisfaction and loyalty, while other factors that may have an influence on customer loyalty have not been considered.

Keywords: Relationship marketing, Benefits, Satisfaction, Loyalty, Shari'a, Islamic, Banking

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

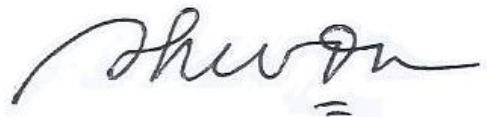
ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)

Surakarta, 23 Mei 2017

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



Dr. Ahmad Ikhwan Setiawan, S.E., M.T.

NIP. 19720816 200012 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANTESEDEN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

(Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)

Disusun oleh:

Marina Kusuma Wardani

NIM. F0210087

Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji

Pada tanggal:

Ketua Tim Penguji : Drs. Heru Purnomo M.M.

NIP. 19570122 098608 1 003

Penguji : Haryanto, S.E., M.Si.


NIP. 19740309 200604 1 001

Pembimbing : Dr. Ahmad Ikhwan Setiawan, S.E, M.T.

NIP. 19720816 200012 1 001

Mengetahui:

Kepala Program Studi Manajemen


REZA RAHARDIAN, S.E, M.Si.
NIP. 19740609 200012 1 001

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : Marina Kusuma Wardani
NIM : F0210087
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : **Anteseden Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya buat ini adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan. Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 23 Mei 2017

Mahasiswa,



Marina Kusuma Wardani

NIM. F0210087

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Ayah dan Ibu tercinta yang selalu menjadi sumber motivasi dan semangat hingga aku mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

“Knowledge for prosperity”

(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret)

“Faith can move mountains.”

(Anonymous)

“Better late than never.”

(Anonymous)

“Money doesn’t change people. It reveals them.”

(Anonymous)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “**Anteseden Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Nasabah Perbankan Syariah di Surakarta)**”. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1 Manajemen, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa moral maupun material. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, Penulis menyampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
2. Reza Rahardian, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
3. Dr. Ahmad Ikhwan Setiawan, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabaran untuk memberikan bimbingan kepada Penulis untuk menyelesaikan skripsi.
4. Drs. Dwi Hastjarja K.B., M.M. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan kepada Penulis sepanjang menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Haryanto, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing proposal yang telah memberi bimbingan pada Penulis untuk kembali semangat menyelesaikan skripsi.
6. Ayahanda Husni dan Ibu Keksi Istrini yang selalu memberikan semangat, dukungan, material, dan doa hingga proses penyusunan skripsi di jenjang pendidikan S1 ini selesai.

7. Kakakku Taufik Hidayat, sepupuku Marcelia Sri Wiyandari dan keluarga yang selalu menemani serta memotivasi dalam setiap proses hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
8. Almarhumah Eyang Putri yang selalu mendoakan dan ingin melihat Penulis menyelesaikan kuliah, namun sudah lebih dahulu dipanggil Allah SWT.
9. Sahabat-sahabat karib penulis dari SMA hingga hari ini Nuri Annisa, Muh. Mukti Ali, Gigih Erlangga, Dini Larasati, Ardian Eka Puspita, Risa Pramesti, Allouisius Tanamera Narasetya, dan Ratna Santiningrum.
10. Kawan-kawan baik Athin Setyorini, Inna Umu Marfuah, Shabrina Tamimi, Firly Tri Astuti, Dewi Rahmana, Estrelita Gracia dan Siti Nurjanah.
11. Teman-teman seperjuangan menyelesaikan skripsi Elisabeth Noviecha, Tri Nugroho Yunanto, M. Romdhoni Guntur, dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu yang membantu Penulis untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan demi perbaikan skripsi ini ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan umumnya kepada kita sekalian.

Akhir kata, kepada semua pihak yang sudah membantu penulis selama melakukan penyusunan skripsi, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 23 Mei 2017

Marina Kusuma Wardani

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iv
Halaman Pengesahan	v
Surat Pernyataan Skripsi	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran Relasional (<i>Relationship Marketing</i>).....	9

2.1.2 Keuntungan Sosial (<i>Social Benefits</i>)	10
2.1.3 Keuntungan Kepercayaan (<i>Confidence Benefits</i>).....	10
2.1.4 Keuntungan Perlakuan Khusus (<i>Special Treatment Benefits</i>)	11
2.1.5 Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	11
2.1.6 Loyalitas (<i>Loyalty</i>)	12
2.2 Hipotesis.....	13
2.2.1 Hubungan antara Keuntungan Sosial dan Kepuasan Konsumen.....	13
2.2.2 Hubungan antara Keuntungan Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen	14
2.2.3 Hubungan antara Keuntungan Perlakuan Khusus dan Kepuasan Konsumen	15
2.2.4 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen....	15
2.3 Penelitian Terdahulu	16
2.4 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	19
3.1.1 Desain Penelitian	19
3.1.2 Populasi, Sampel, dan Pengambilan Sampel.....	20
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	21
3.2.1 Keuntungan Sosial.....	21
3.2.2 Keuntungan Kepercayaan.....	22
3.2.3 Keuntungan Perlakuan Khusus.....	23
3.2.2 Kepuasan Konsumen.....	24
3.2.3 Loyalitas Konsumen.....	24

3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulannya.....	25
3.4 Metode Analisis Data	27
3.4.1 Analisis Deskriptif.....	27
3.4.2 Uji Instrumen Penelitian	27
3.4.2.1 Uji Validitas	28
3.4.2.2 Uji Reliabilitas	28
3.4.2.3 Uji Hipotesis.....	29
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Obyek Penelitian.....	33
4.2 Analisis Deskriptif	35
4.3 Tanggapan Responden	36
4.3.1 Keuntungan Sosial.....	36
4.3.2 Keuntungan Kepercayaan.....	37
4.3.3 Keuntungan Perlakuan Khusus.....	38
4.3.4 Kepuasan Konsumen.....	39
4.3.5 Loyalitas Konsumen.....	40
4.4 Uji Instrumen Penelitian	41
4.4.1 Tahap Instrumen Penelitian	41
4.4.2 Pengujian Sampel.....	41
4.5 Pengujian Model	45
4.6 Pengujian Hipotesis	46
4.6.1 Hipotesis 1	47
4.6.2 Hipotesis 2.....	48

4.6.3 Hipotesis 3.....	48
4.6.4 Hipotesis 4.....	48
4.7 Pembahasan.....	49
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Saran.....	53
5.4 Implikasi Manajerial.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	61

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	16
4.1 Deskripsi Responden	35
4.3.1 Tanggapan Responden Variabel Keuntungan Sosial	36
4.3.2 Tanggapan Responden Variabel Keuntungan Kepercayaan	37
4.3.3 Tanggapan Responden Variabel Keuntungan Perlakuan Khusus	38
4.3.4 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen	39
4.3.5 Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Konsumen	40
4.7 Uji Validitas <i>KMO and Bartlett's Test</i>	42
4.8 Uji Validitas <i>Rotated Component Matrix</i>	43
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.10 Hasil Pengujian Model (<i>Measurement of Fit Model</i>)	45
4.11 <i>Path Coefficient</i>	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Model Penelitian	17
4.1 <i>SmartPLS Workspace</i>	46