

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
CITRA PERUSAHAAN DENGAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PADAGIANT HYPERMARKET
DI SURABAYA**

S K R I P S I

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

M.ROMY CHASBULLOH

2008210612

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2013**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
CITRA PERUSAHAAN DENGAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PADA *GIANT HYPERMARKET*
DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

M.ROMY CHASBULLOH

NIM : 2008210612

Skripsi ini telah dibimbing
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal :



Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN,
CITRA PERUSAHAAN DENGAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PADA GIANT HYPERMARKET
DI SURABAYA**

Disusun oleh :

M.ROMY CHASBULLOH

NIM : 2008210612

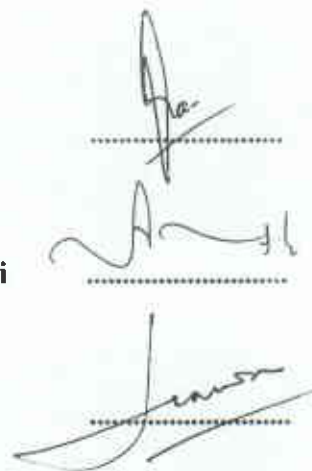
Dipertahankan di depan TIM Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 25 Maret 2012

Tim Penguji

Ketua **Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.**

Sekretaris : **Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si**

Anggota : **Drs. Irawan, M.M**



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : M. Romy Chasbulloh
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 28 Juni 1989
N.I.M : 2008210612
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan,
Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Terhadap
Loyalitas Pada *Giant Hypermarket* di Surabaya.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen pembimbing,
Tanggal :



(Dra.Ec.Aniek Maschudah Ilfitriah,M.Si)

Ketua Program Studi SI Manajemen
Tanggal :



(Mellyza Silvi,S.E.,M.Si)

Motto

Berusaha, berdoa 'a dan bersyukur.

JADILAH MANUSIA LAYAKNYA AIR YANG SUCI LAGI MENSUCIKAN.

Special Thanks to:

1. *Kedua orang tua saya Bapak&Jbu yang telah memberikan dukungan baik moril secara materil, menuntunku dengan sabar agar aku benar – benar bisa menjadi manusia yang berguna dan mandiri , maaf kalau aku sering berbuat salah dan suka keras kepala tapiSuatu saat aku pasti akan membuat Bapak & Jbu bangga.*
2. *Jbu Wiwik Selaku Dosen Wali yang selalu memberikan pengarahan selama proses perkuliahan.*
3. *Jbu Aniek Maschudak Selaku Dosen Pembimbing yang selalu dengan sabar membimbing sya hingga akhir penulisan skripsi ini.*
4. *Untuk Mbak-ku Micha terima kasih atas dukungan n bantuan mu selama ini. Buat Adek-ku Faiq(madesu) Maaf kalau mas selama ini sedikit kejam, namun semata-mat itu untuk kebaikanmu. Sayang Kalian Smw.:**
5. *Buat Director Kusumo Wibowo yang senantiasa mau nmemberikan izin untuk selesainya skripsi ini.*
6. *Buat Pakde Rheza yang sudah mengajari AMOS, Angga(Ucil), Eka(Satpam), Rockim, Wakono, Duro, Deni Akhirnya kita bisa selesaikan bareng-bareng.*
7. *Buat teman seperjuangan keluarga Markfest 08, Brundak LBD, Komandan Mierza, Mbak, Cumi, Abang, Doni, Sem, Afif, Duro, Rusman, Kivot de-el-el.*
8. *Buat Keluarga Dupatu, Crew 3 Nabi(Adit&Udin).*
9. *Buat My Boyband SH "Syagul Habib".*
10. *Buat Paidut, Caq Dadunk, Adi Klarap, Fajar Chotot.*
11. *Buat Hindak Syarifak terima kasih telah menemaniiku selama ini.*
12. *Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan berbagai macam bantuan baik moral maupun materil.*

□ شکر

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian program pendidikan strata satu jurusan manajemen, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Citra Perusahaan Dengan Kepuasan Terhadap Loyalitas *Giant Hypermarket* Di Surabaya“.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, P.si., M.M. selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Mellyza Silvy, S.E., M.Si. selaku Ketua Program, Studi Stara S1 Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M. Si selaku Dosen Pembimbing
4. Ibu Dra. Ec. Wiwik Lestari, M.si selaku Dosen Wali.
5. Bapak Drs. Soni Harsono, M.Si. Selaku Dosen Penguji Skripsi
6. BapakDrs. Irawan, M.M. selaku Dosen Penguji Skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pemasaran STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan ilmu mengenai Manajemen Pemasaran kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh staff karyawan perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas yang telah banyak memberikan bantuan.

9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi masih jauh dari tingkat kesempurnaan penulisan skripsi dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 03 Mei2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN PENGESAHANS K R I P S I.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB IPENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IITUJUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
2.4. Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IIIMETODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1. Rancangan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3. Identifikasi Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.6. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.9. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IVGAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	Error! Bookmark not defined.
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.3. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.

5.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3. Saran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Kisi – Kisi Pertanyaan	29
Tabel 3.3 Goodnes Of Fit Indices	40
Tabel 4.1 Krakteristik Responden berdasarkan Usia	42
Tabel 4.2 Krakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.3 Krakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.4 Krakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5 Krakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan	44
Tabel 4.6 Interval Kelas	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan	46
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	47
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Pelanggan	48
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Perusahaan	49
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Berdasarkan Variabel Loyalitas Pelanggan	50
Tabel 4.12 Uji Normalitas (<i>Assessment of normality</i>)	52
Tabel 4.13 <i>Univariate Outlier</i>	53
Tabel 4.14 <i>Goodness Of FiT Index</i> (awal)	56
Tabel 4.15 Hasil Estimasi Model Uji CFA	57
Tabel 4.16 <i>Goodness Of Fit Full Moddel CFA</i> akhir Modifikasi	59
Tabel 4.17 Uji Validitas	60

Tabel 4.18	Uji Realibilitas	61
Tabel 4.19	Uji Signifikan Full Model Struktural	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1 Model Diagram Jalur	44
Gambar 4.1 Gambar CFA Model Awal	56
Gambar 4.2 Gambar <i>Full Structural Model</i> Akhir Modifikasi	58

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Identitas Responden
- Lampiran 3 : Frekuensi Data Responden
- Lampiran 4 : Mean Tanggapan Responden
- Lampiran 5 : Tanggapan Responden
- Lampiran 6 : Assesment Of Normality
- Lampiran 7 : Uji Z-score
- Lampiran 8 : Multivariate Outlier
- Lampiran 9 : Uji CFA
- Lampiran 10 : Uji Validitas dan Uji Realibilitas
- Lampiran 11 : Uji Hipotesa
- Lampiran 10 : Jurnal Acuan

*INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, CUSTOMER TRUST,
ITS IMAGE WITH CUSTOMER SATISFACTION OF CUSTOMER LOYALTY
GIANT HYPERMARTINSURABAYA*

ABSTRACT

This research will be based in the foreground by the phenomenon of retail industry competition in order to gain customer loyalty. Giant Hypermarket need to maintain and improve a new strategy to keep its customers to remain loyal even increased the number of its customers, if they want to win and become the market leader in the retail industry. For it is necessary to maintain efforts and also continue to improve the development of strategy and innovation. A retail company that is able to offer through service excellence, they are able to influence the attitude of the customers to loyal to a company retail. In particular, this research aims to know the influence of service quality, customer satisfaction, customer trust, and corporate image of customer loyalty at Giant Hypermarket.

Having performed library and hypotheses, drafting review data collected through methods kuisoner against 120 respondents pelanggan giant hypermarket and regions that will be examined is giant hypermarket in surabaya which visit in three times a month. Instrument analysis used is structural equation Modeling (SEM). Then a hypothesis that lifted at this research was as follows: 1) the services effect on customer satisfaction giant hypermarket in surabaya 2) trust customers effect on customer loyalty giant hypermarket in surabaya 3) customer satisfaction effect on customer loyalty giant hypermarket in surabaya 4) image company effect on customer loyalty giant hypermarket in surabaya.

Keywords: Quality of Service, Satisfaction, Trust, Corporate Image, Loyalty

