



**PENGARUH CITRA TOKO, KEPUASAN,
KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA TOKO TIRTA BANGUNAN**

KARYA AKHIR

Oleh

Albertus Bangun Darno Saputro

55105120017

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**



**PENGARUH CITRA TOKO, KEPUASAN,
KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA TOKO TIRTA BANGUNAN**

KARYA AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Oleh

Albertus Bangun Darno Saputro

55105120017

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Pengaruh Citra Toko, Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Tirta Bangunan**

Bentuk Karya Akhir : **Riset Bisnis**

Nama : **Albertus Bangun Darno Saputro**

NIM : **55105120017**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Tanggal : **22 Agustus 2008**

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M. Ec.

Pembimbing Utama

Pembimbing II

Prof. Dr. M. Noor Fuad, MBA

Endi Rekarti, SE.,ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Citra Toko, Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Tirta Bangunan**

Bentuk Karya Akhir : **Riset Bisnis**

Nama : **Albertus Bangun Darno Saputro**

NIM : **55105120017**

Program : **Pascasarjana Program Magister Manajemen**

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesajaraan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 20 Agustus 2008

Albertus Bangun Darno Saputro

ABSTRACT

This research aim to see interrelationship of company image formed by quality of product, quality of service, price, atmosphere and supporter facility to customer satisfaction and consumer loyalty and variable influence of trust mediation and commitment of consumer to Toko Tirta Bangunan in Jakarta.

With sample size 200, selected from the consumers by means of measure in the form of questionnaire compiled is special for this research. Pass validity test and measuring instrument reliability and examination to research model is done by using Structural Equation Modeling (SEM) which the calculation exploiting program package SPSS and AMOS shows existence of interrelationship between variables that is accurate. This thing is determinable from the signifikansi value having value smaller than 0,05. The biggest influence showed by satisfaction variable to trust and trust to commitment, while image influence to satisfaction and image to loyalty gives small relative contribution and so do the things of with contribution of satisfaction to loyalty. From the condition seen that consumer loyalty is formed by through step after consumer feels quality of service given company before and after the happening of transaction between companies with consumer.

Key word : Company Image, Customer Satisfaction, Trust, Commitment, loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat keterkaitan citra perusahaan yang dibentuk oleh kualitas produk, kualitas layanan, harga, atmosfer dan fasilitas pendukung terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen serta pengaruh variabel mediasi kepercayaan dan komitmen konsumen pada Toko Tirta Bangunan di Jakarta. Sampel berukuran 200 dipilih dari para konsumen dengan alat ukur berupa kuesioner yang disusun khusus untuk penelitian ini. Melalui uji validitas dan reliabilitas alat ukur serta pengujian terhadap model penelitian dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* yang perhitungannya memanfaatkan paket program SPSS dan AMOS menunjukkan adanya keterkaitan antar variabel yang diteliti. Hal ini dapat ditentukan dari nilai signifikansinya yang mempunyai nilai lebih kecil dari 0,05. Pengaruh terbesar diperlihatkan oleh variabel kepuasan terhadap kepercayaan dan kepercayaan terhadap komitmen, sedangkan pengaruh citra terhadap kepuasan dan citra terhadap loyalitas memberikan sumbangan yang relative kecil demikian pula halnya dengan sumbangan kepuasan terhadap loyalitas. Dari kondisi tersebut terlihat bahwa loyalitas konsumen terbentuk melalui tahapan setelah konsumen merasakan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sebelum dan sesudah terjadinya transaksi antara perusahaan dengan konsumen.

Kata Kunci : Citra, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Komitmen, Loyalitas.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini sebagai tugas

akhir dalam menempuh program Pascasarjana Magister Manajemen pada universitas Mercu Buana.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Dr. Ir. Suharyadi, MS. Selaku rektor Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan untuk saya belajar di universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. M. Noor Fuad, MBA selaku dosen pembimbing utama yang dengan sabar memberikan arahan dan motivasi.
3. Endi Rekartti, SE, ME selaku dosen pembimbing II yang dengan baik memberikan bimbingan dan arahan sampai selesainya karya akhir ini.
4. Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, M.Sc yang banyak memberikan pengetahuan tentang penelitian.
5. Seluruh dosen dan staf yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis, selama penulis mengikuti perkuliahan.
6. Bapak , Ibu, dan keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya.
7. Achmad Prijadi SSI, MM, yang banyak membantu dalam menyusun karya akhir ini.
8. Teman-teman dan sahabat yang telah memberi motivasi dan semangat pada masa kuliah dan penyelesaian karya akhir ini.
9. Seluruh rekan yang telah memberi sumbang saran sehingga terselesaikannya karya akhir ini.

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca serta dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ditemui dalam karya akhir ini.

Jakarta, 20 Agustus 2008

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Maksud dan Tujuan Penulisan Tesis	3
1.4. Manfaat dan Kegunaan Hasil Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN, KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Sejarah Perusahaan	6
2.2. Lingkup Bidang Usaha	8
2.3. Sumber Daya	8
2.4.. Tantangan Bisnis	9
2.5. Proses Bisnis	10
2.6. Kajian Pustaka	11
2.6.1. Pemasaran Relational	11
2.6.2. Citra Perusahaan	13
2.6.3. Kepuasan Konsumen	16
2.6.4. Kepercayaan Konsumen	21
2.6.5. Komitmen Konsumen	23
2.6.6. Loyalitas Konsumen	24
2.7. Penelitian Sebelumnya	27
2.8. Kerangka Pemikiran	31
2.9. Hipotesis	32
2.9.1. Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen.	32
2.9.2. Pengaruh Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan	33
2.9.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan	34

2.9.4. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Komitmen Palanggan	34
2.9.5. Pengaruh Komitmen Pelanggan terhadap Loyalitas pelanggan	34
2.9.6. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan	35
BAB III METODE RISET	36
3.1. Objek Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	36
3.2.1. Jenis Penelitian	36
3.2.2. Variable	36
3.2.3. Operasionalisasi Variable	37
3.2.4. Definisi Operasional Variable	39
3.2.5. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	40
3.2.6. Teknik Pengumpulan Data	41
3.2.7. Teknik Analisis	42
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	43
4.1. Profil Responden	43
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	45
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Per Bulan	46
4.1.5. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja...	46
4.1.6. Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	47
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Responden	48
4.3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	51
4.3.1. Variabel Citra.....	51
4.3.2. Variabel Kpuasan.....	52
4.3.3. Variabel Kepercayaan	53
4.3.4. Variabel Komitmen	54
4.3.5. Variabel Loyalitas	55
4.4. Analisis Persamaan Struktural	56
4.4.1. Evaluasi Kelayakan Model	56
4.4.2. Estimasi Model	57
4.5. Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Rekomendasi	69
DAFTAR PUSTAKA	70

**LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP**

72
110

DAFTAR TABEL

Tabel

Halaman

4.1.	Uji Validitas untuk Citra.....	49
4.2.	Uji Validitas untuk Kepuasan.....	49
4.3.	Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	49
4.4.	Uji Validitas untuk Variabel Komitmen.....	50
4.5	Uji Validitas untuk Loyalitas	50
4.6.	Uji Reliabilitas.....	50
4.7.	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Citra.....	51
4.8	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan.....	52
4.9	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Kepercayaan.....	53
4.10	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Komitmen.....	54
4.11	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas.....	55
4.12	Good of Fit Index dan Cut of Value.....	56
4.13	Regresi Standar Indikator terhadap Variable Laten.....	59
4.14	Regression Weights	60
4.15	Standarized Regression Weights	61

DAFTAR GAMBAR

2.1.	Konsep Kepuasan Pemakai	19
4.1.	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin	43
4.2.	Profil Responden Menurut Usia	44
4.3.	Profil Responden Menurut Tingkat Pendidikan.....	45
4.4	Profil Responden Menurut Pengeluaran Perbulan.....	46
4.5	Profil Responden menurut Frekuensi Belanja	47
4.6	Profil Responden Menurut Lama Menjadi Pelanggan.....	48
4.7	Path Diagram	58

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Kuesioner	72
2.	Data Jawaban Responden	75
3.	Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas (SPSS)	79
4.	Hasil Perhitungan Struktural Analisis (AMOS)	87
5.	Statistik Deskriptif	99