

**PENGARUH KEPUASAAN KONSUMEN, LOYALITAS  
KONSUMEN, *EXPECTED SWITCHING COST* TERHADAP  
PREFERENSI MEREK DAN MINAT PEMBELIAN ULANG**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Olahraga Nike di Jakarta)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh**

**Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

**Manajemen Universitas Mercubuana**



**Nama : Eggylia Pratama Yudha**

**NIM : 43112010146**

**Program Studi Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA 2016**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eggy Pratama Yudha  
NIM : 43112010146  
Program Studi : Manajemen – S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, *Expected Switching Cost* terhadap Preferensi Merek dan Minat Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen produk olahraga Nike di Jakarta)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

**MERCU BUANA**  
Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Jakarta, 11 Februari 2016



(Eggy Pratama Yudha)

43112010146

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eggy Pratama Yudha  
NIM : 43112010146  
Program Studi : Manajemen – S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, *Expected Switching Cost* terhadap Preferensi Merek dan Minat Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen produk olahraga Nike di Jakarta)  
Tanggal Lulus Ujian : 11 Februari 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi

(Endi Rekarti, SE., ME)

Tanggal : 11 Februari 2016

Ketua Pengaji

(Tri Wahyono, SE., MM)

Tanggal : 11 Februari 2016

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1

(Prof. Dr. Wiwik Utami Ak., MS., CA)  
Tanggal : 11 Februari 2016

(Dr. Rina Astini SE,MM)  
Tanggal : 11 Februari 2016

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini, penulis mencoba menganalisa mengenai Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, *Expected Switching Cost*, Preferensi Merek, Minat Pembelian Ulang. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Expected Switching Cost Terhadap Preferensi Merek Dan Minat Pembelian Ulang (studi kasus pada konsumen produk olahraga Nike di Jakarta)”**.

Walaupun penulis telah berusaha sebaik-baiknya dalam penulisan ini namun dengan terbatasnya ilmu pengetahuan yang dimiliki serta terbatasnya waktu untuk mendapatkan data, maka penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan juga memiliki banyak kekurangan. Tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Terima kasih kepada Ayah dari penulis Bapak Fredy Setiawan yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini
2. Keluarga Besar dari penulis khususnya kepada orang tua tercinta yaitu Ibu Yuliana H, dan Adik Theresia Stefani dan Tirta Dana Putta, yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini
3. Nenekku tercinta Ibu Tan Beng Nio dan Kakekku tercinta Alm. Bapak Tan Kim Ek yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat, selalu mengingatkan dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini yang selalu memberikan saran, dukungan, semangat, kasih sayang hingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini .
4. Bapak Dr.Ir. Arissetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Bapak Endi Rekarti, SE., ME selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Jajaran Program studi manajemen S1, ibu Dr. Rina Astini SE., MM selaku kaprodi manajemen S1, ibu Luna Haningsih, SE., ME dan ibu Hesti

Maheswari, SE., M, Si selaku sekertaris I dan sekertaris II Program Studi Manajemen S1.

8. Terima kasih kepada yang tersayang Anissa Agustha sudah memberikan dukungan semangat, motivasi, doa serta memberikan banyak pengalaman berharga, semangat selalu, kita sukses bersama dan kita selalu diberkahi Tuhan YME.
9. Sahabat dan teman perjuangan skripsi angkatan 2012 Dian Puji A, Ario Nugroho, Riduan Aldina, Andi Subehan, Lutfi, Nurzaimah A, Ida Fatmawati, Mia Utami Putri, Siti Khodijah terima kasih atas doa, motivasi dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat dan teman “Kandang Anjing” Dikky Gifari A, Dika Saputra, Narendra Hermawan, dan Muhammad Zulfikar terimakasih sudah memberikan semangat, motivasi, doa serta memberikan banyak pengalaman berharga, semangat selalu, semoga kita sukses bersama dan kita selalu diberkahi Tuhan Yang Maha Esa.
11. Sahabat dan teman “Rumah Kita” Ahmad Saoqi, Mutiara Ramadhanti, Firsta Amanda P, Agata Claudia M, Ridho Putra, Ardhina Finamira terimakasih atas doa, semangat, motivasi serta dukungan kalian semoga kita bersama bisa mencapai kesuksesan bersama.
12. Sahabat dan teman “NEUFFILOS” Afifi Syadzili, Daeng Aulia R, Ayu Puspita D, Twinne Virginia, Neneng Dila N, Dyah Putri M, Nurul Febryla, Rika Anggraini, Nadia Fauzia R terimakasih atas doa, semangat, motivasi

serta dukungan kalian semoga kita bersama bisa mencapai kesuksesan bersama.

13. Teman dan sahabat angkatan 2012 Fadli Imran, Dian Puji A, Rinaldi Palian, Dwi Wahyu R, Ario Nugroho, Sandi Tyas U, Bayu Angga S, Rizki Setyo, Ridwan Hidayat, Werner Hadi K, Rishad Hagi K, Heruman Julasro, Afrizal, Ishack Ferozh, Masyruchin Achsan, Septi Novita, Aprillia Audyna, Yenny Mutiara, Lia Awalia dan seluruh mahasiswa manajemen S1 angkatan 2012 yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat kepada penulis.
14. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Tuhan YME membala semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam segi materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis pribadi maupun bagi para pembaca pada umumnya.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati diri, penulis  
mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, Januari 2016

Hormat Penulis,

Eggy Pratama Yudha



## DAFTAR ISI

BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	14
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	15
1. Tujuan Penelitian.....	15
D. Kontribusi Teoritis dan Praktis.....	16
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	17
A. Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	17
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	17
2. Indikator Kepuasan Konsumen ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	18
B. Loyalitas Konsumen ( <i>Customer Loyality</i> ) .....	19
1. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	19
2. Indikator Loyalitas Konsumen .....	20
C. Perkiraan Biaya Perpindahan ( <i>Expected Switching Cost</i> ).....	21
1. Pengertian <i>Expected Switching Cost</i> .....	21
2. Indikator dari <i>Expected Switching Cost</i> .....	22
D. Preferensi Merek ( <i>Brand Preference</i> ).....	23
1. Pengertian Preferensi Merek .....	23
2. Indikator Preferensi Merek.....	25
E. Minat pembelian Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	25
1. Pengertian Minat Pembelian Ulang .....	25
2. Indikator dari Minat Pembelian Ulang.....	27
F. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	28
G. Kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	29
1. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	29
2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Expected Switching Cost</i> .....	30
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Preferensi Merek .....	31

4. Pengaruh Loyalitas Konsumen terhadap Preferensi Merek .....	32
5. Pengaruh <i>Expected Switching Cost</i> terhadap Preferensi Merek .....	32
6. Pengaruh Preferensi Merek terhadap Minat Pembelian Ulang .....	33
7. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang .....	34
H. Model Penelitian.....	35
I. Penelitian Terdahulu .....	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN .....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	38
B. Desain Penelitian.....	39
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Populasi dan Sampel .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data .....	44
G.Jenis Data.....	45
H. Metode Analisis Data .....	45
1. Uji Validitas .....	45
2. Uji reliabilitas.....	46
3. Metode statistik .....	47
I. Tahap-tahap dalam SEM.....	49
J. Pengujian Hipotesis .....	53
BAB IV .....	54
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	54
A. Gambaran Umum Nike, Inc .....	54
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	55
1. Karakteristik Profil Responden .....	55
C. Analisis Deskriptif Variabel.....	59
1. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen .....	59
2. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen .....	60
3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Expected Switching Cost</i> .....	63
4. Analisis Deskriptif Variabel Preferensi Merk .....	65

5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Pembelian Ulang .....	66
D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel .....	68
1. Hasil Uji Validitas Variabel .....	68
2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	72
E. Pengolahan Data dan Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	73
1. Uji Kecocokan Model Pengukuran Untuk Masing-Masing Variabel Penelitian...	73
F. Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran .....	79
G. Uji Kecocokan Model Struktural (Uji T).....	81
H. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84
I. Model Struktural (Standart Solution) .....	86
J. Analisis Hasil Penelitian.....	89
1. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen .....	89
2. Analisis Kepuasan Kosumen Terhadap Expected Switching Cost .....	89
3. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Preferensi Merek .....	90
4. Analisis Loyalitas Konsumen Terhadap Preferensi Merk .....	91
5. Analisis Expected Switching Cost Terhadap Preferensi Merek .....	91
6. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Ulang .....	92
7. Analisis Preferensi Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang .....	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN .....	95
A. Kesimpulan .....	95
B. Saran .....	97
1. Saran untuk Nike,inc. (Nike Indonesia).....	98
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN .....	105

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data penjualan sepatu olahraga MARS .....	8
Tabel 1.2 Top Brand Index kategori sepatu .....	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi variable-variabel penelitian .....	39
Tabel 3.2 Skala Likert.....	43
Tabel 3.3 Goodness of fit indexs .....	51
Tabel 4.1 Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4.2 Variabel Loyalitas Konsumen.....	62
Tabel 4.3 Variabel Expected Switching Cost.....	64
Tabel 4.4 Variabel Preferensi Merek .....	66
Tabel 4.5 Variabel Minat Pembelian Ulang .....	68
Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	69
Tabel 4.7 Uji Validitas Loyalitas Konsumen .....	70
Tabel 4.8 Uji Validitas Expected Switching Cost .....	70
Tabel 4.9 Uji Validitas Preferensi Merek.....	71
Tabel 4.10 Uji Validitas Minat Pembelian Ulang .....	71
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian .....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian.....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Kecocokan Struktural Model Penelitian (UJI T).....	83
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	84

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Perbandingan Pasar Sepatu Nasional.....	10
Gambar 2.1 Model Konseptual Preferensi Merek .....	24
Gambar 2.2 Model Kerangka Konseptual.....	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Gambar 4.4 Model Pengukuran Variabel Kepuasan Konsumen.....	73
Gambar 4.5 Model Pengukuran Variabel Loyalitas Konsumen.....	74
Gambar 4.6 Model Pengukuran Variabel Expected Switching Cost.....	76
Gambar 4.7 Model Pengukuran Variabel Preferensi Merek .....	77
Gambar 4.8 Model Pengukuran Variabel Minat Pembelian Ulang .....	78
Gambar 4.9 Model Pengukuran Konstruk Variabel Penelitian .....	80
Gambar 4.10 Model Struktural (Uji T) .....	82
Gambar 4.11 Model Struktural (Standart Solution) .....	86

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian .....	105
Lampiran 2	Tabulasi Karakteristik Responden Data Kuesioner .....	108
Lampiran 3	Analisis Deskriptif Variabel .....	119
Lampiran 4	Uji Validitas Variabel Penelitian (Output LISREL).....	124
Lampiran 5	Uji Reliabilitas Variabel Penelitian (Output SPSS) .....	126
Lampiran 6	Hasil Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	128
Lampiran 7	Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model Pengukuran....	130
Lampiran 8	Model Struktural (Uji T) .....	132
Lampiran 9	Model Struktural (Standart Solution) .....	134

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**