



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, NILAI
PELANGGAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN NATASHA SKIN CARE KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

SITI MARFU'AH

NIM. 2015-11-178

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, NILAI
PELANGGAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN NATASHA SKIN CARE KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal , 5 Agustus 2019

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
NIDN. 0615076301

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. M. Achamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.
NIDN. 0022038001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya".

(QS. Al-Baqoroh :45-46)

"Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian. Karena kematian memisahkanmu dari dunia sementara menyia-nyiakan waktu memisahkanmu dari Allah".

(Imam bin Al Qayim)

Sukses bukanlah final, kegagalan tak terlalu fatal. Keberanian untuk melanjutkanlah yang lebih penting".

(Winston S. Churchill)

Ku persembahkan karya ini untuk :

1. Bapak dan ibuku yang selalu ku sayangi.
2. Seluruh keluarga besarku.
3. Sahabat seperjuanganku semuanya.
4. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas, Loyalitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Kepuasan Konsumen Merek Nevada (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus)”. Skripsi ini hadir untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.

6. Seluruh responden yaitu Natasha skin care Kudus.
7. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Kudus, 5 Juli 2019

Penulis,



Siti Marfu'ah

NIM 2015-11-178

PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN, NILAI PELANGGAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN NATASHA SKIN CARE KUDUS

Siti Marfuah
2015-11-178

Pembimbing : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
2. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2019

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengujipengaruh kepercayaan, komitmen, nilai pelanggan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Natasha Skin Care Kudus. Dalam penelitian ini diajukan empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu kepercayaan, komitmen, nilai pelanggan dan fasilitas sebagai variabel bebas dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner yang didapat dari pelanggan Natasha Kudus dan dianalisis dengan regresi linier berganda. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi pengaruh kepercayaan, komitmen, nilai pelanggan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus dengan nilai $t_{hitung} 5,307$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,985$, (2) terdapat pengaruh antara komitmen terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus dengan nilai $t_{hitung} 3,583$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,985$, (3) terdapat pengaruh antara nilai pelanggan terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus dengan nilai $t_{hitung} 5,131$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,985$, (4) terdapat pengaruh antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus dengan nilai $t_{hitung} 5,474$ lebih besar dari $t_{tabel} 1,985$, (6) terdapat pengaruh secara bersama-sama antara kepercayaan, komitmen, nilai pelanggan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen Natasha Skin Care Kudus dengan nilai $F_{hitung} 71,904$ lebih besar dari $F_{tabel} 2,467$.

Kata kunci: Kepercayaan, komitmen, nilai pelanggan, fasilitas, kepuasan konsumen.

**THE EFFECT OF CONFIDENCE, COMMITMENT, CUSTOMER
VALUE AND FACILITIES TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION NATASHA SKIN CARE KUDUS**

Siti Marfuah
2015-11-178

Pembimbing : 3. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM
4. Indah Dwi Prasetyaningrum, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM
ACCREDITED STATUS B
BACELOR DEGREE 2019

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of trust, commitment, customer value and facilities on customer satisfaction on Natasha Skin Care Kudus. In this study four independent variables and one dependent variable were proposed, namely trust, commitment, customer value and facilities as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable.

This research was conducted using a questionnaire method obtained from Natasha Kudus customers and analyzed by multiple linear regression. The first stage tests the validity and reliability of questions for each variable. The second stage is to reaffirm the influence of trust, commitment, customer value and facilities on the customer satisfaction of Natasha Skin Care Kudus.

The results showed that: (1) there was an influence between trust in customer satisfaction Natasha Skin Care Kudus with a t_{hitung} of 5.307 greater than t_{table} 1.985, (2) there was an influence between commitment to customer satisfaction Natasha Skin Care Kudus with a t_{hitung} of 3.583 greater than t_{table} 1.985, (3) there is an influence between customer value on customer satisfaction Natasha Skin Care Kudus with a t_{hitung} of 5.131 greater than t_{table} 1.985, (4) there is an influence between facilities on customer satisfaction Natasha Skin Care Kudus with a t_{hitung} of 5.474 greater than t_{tabel} 1,985, (6) there is a joint effect between trust, commitment, customer value and facilities on consumer satisfaction Natasha Skin Care Kudus with a value of 71,904 F_{hitung} greater than F_{table} 2,467.

Keywords: Trust, commitment, customer value, facilities, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup.....	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kepercayaan	10
2.2. Komitmen	13
2.3. Nilai Pelanggan	15
2.4. Fasilitas	17
2.5. Kepuasan Konsumen.....	20
2.6. Hubungan Antar Variabel	28

2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	22
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	24
2.9. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Rancangan Penelitian	26
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	27
3.3. Definisi Operasional Variabel	27
3.4. Jenis dan Sumber Data	29
3.5. Populasi dan Sampel.....	30
3.6. Pengumpulan Data.....	31
3.7. Uji Instrumen.....	33
3.8. Pengolahan Data	34
3.9. Metode Analisis Data	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.2. Hasil Uji Instrumen	43
4.3. Penyajian Data.....	45
4.4. Analisis Data	50
4.5. Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran-saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

eDAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas	43
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	44
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Umur	44
Tabel 4.4. Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	45
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Kepercayaan	46
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Komitmen	47
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Nilai Pelanggan	48
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Fasilitas	49
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi	51
Tabel 4.11. Hasil Analisis Parsial (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$)	55
Tabel 4.12. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	24

