



**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN *ICE BLEND* DI KUDUS**

Diajukan oleh :

RULLY HARIONO

NIM. 2012-11-115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN *ICE BLEND* DI KUDUS**

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

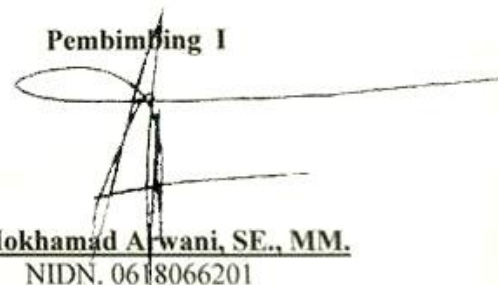
Tanggal ,..... 2017

Mengetahui
Ketua ProgDi



Noor Azis, SE, MM.
NIDN. 06109107501

Pembimbing I



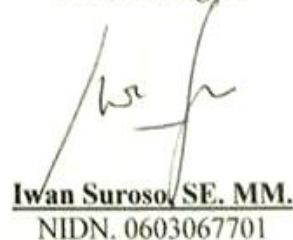
Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan,



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Iwan Suroso, SE, MM.
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Berdirilah kamu, maka berdirilah niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang akan kamu kerjakan.”

(QS. Al-Mujadilah :11)

“Barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup dunia, maka wajiblah baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagiaan hidup akhirat, maka wajib pulalah baginya memiliki ilmu”.

(Al-Hadist)

Kupersembahkan kepada :

Kedua orang tuaku tersayang.

Keluargakutercinta yang telah memberikan do'a dan dukungan.

Sahabat–sahabatku semuanya.

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulis skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian ini.
3. Bapak Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Iwan Suroso, SE. MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selam ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
6. Konsumen minuman *Ice Blend* di Kabupaten Kudus yang telah membantunya untuk melakukan penelitian.

7. Keluargakuter cintayang

telahmemberikando'adanrestusertadorongansehinggaskripsiinidapatterselesai
kan.

8. Semuapihak yang tidakdapatpenulissebutkansatupersatu yang
telahmembantudalampenyusunanskripsiini.

Penulismenyadarisepenuhnyabahwahasilpenuliskripsiinimasihjauh
dariempurna, namunpenulistelahberusahadengansegenappikirandankemampuan agar
dapatmenyusunandanmenyelesaikanskripsiindenganbaik.Olehkarenaitukritikdan
saran yang
bersifatmembangundarisemuapihaksangatpenulisharapkan.Akhirnyadengansegala
kerendahanhatipenulisberharapsemogahasilskripsiinidapatbermanfaatbagikitasem
ua.

Kudus, 2017

Penulis,

RULLY HARIONO

NIM. 2012-11-115

ABSTRAKSI

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MINUMAN *ICE BLEND* DI KUDUS

RULLY HARIONO
NIM. 2012-11-115

Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel berpengaruh terhadap loyalitas konsumen minuman *ice blend* di Kabupaten Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan *switching barriers* berperan sebagai variabel bebas dan loyalitas konsumen berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen minuman *ice blend* di Kabupaten Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan *switching barrier* terhadap loyalitas konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen dan *switching barriers* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen minuman *ice blend* di Kabupaten Kudus. Pemilik *ice blend* Kabupaten Kudus diharapkan meningkatkan kepuasannya dengan meningkatkan pelayanan terhadap konsumennya, terutama konsumen-konsumen usia 18-27 tahun dengan membuat suasana cafe yang sesuai dengan usia mereka.

Kata Kunci: kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, *switching barriers* dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION, CONSUMER CONFIDENCE AND SWITCHING BARRIERS ON CONSUMER LOYALTY ICE BLEND IN KABUPATEN KUDUS

RULLY HARIONO
NIM. 2012-11-115

Supervisor : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM.
2. Iwan Suroso, SE. MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM

This study aims to determine the variables affect the customer loyalty blended ice drinks in Kudus. Where the proposed three independent variables and the dependent variable, namely consumer satisfaction, consumer confidence and switching barriers act as the independent variable and customer loyalty role as the dependent variable.

This study was conducted by a survey of consumers drink ice blend in Kudus and analyzed with regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed variable consumer satisfaction, consumer confidence and switching barriers on customer loyalty.

The results showed that the variables of consumer satisfaction, consumer confidence and switching barriers significant positive effect on customer loyalty blended ice drinks in Kudus. Owners ice blend Kabupaten Kudus expected to increase consumer satisfaction by improving service to customers, especially consumers aged 18-27 years by creating an atmosphere cafe that suits their age.

Keywords: *consumer satisfaction, consumer confidence, switching barriers and customer loyalty*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.2. Kepuasan Konsumen.....	10
2.3. Kepercayaan	14
2.4. <i>Switching Barriers</i>	17
2.5. Loyalitas Konsumen.....	21
2.6. Hubungan antar Variabel.....	24

2.7. Tujuan Penelitian Terdahulu	26
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.9. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Rancangan Penelitian	32
3.2. Variabel Penelitian	32
3.3. Jenis dan Sumber Data	36
3.4. Populasi dan Sampel.....	36
3.5. Pengumpulan Data.....	37
3.6. Uji Instrumen Data	39
3.7. Pengolahan Data	39
3.8. Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Uji Instrumen Data	44
4.2. Penyajian Data	46
4.3. Pembahasan.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1. Kesimpulan.....	64
5.2. Saran-saran	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Tabel $Z_{\alpha/2}$	37
Tabel 4.1. Rekapitulasi Uji Validitas.....	45
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	47
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	47
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen.....	49
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Kepercayaan Konsumen.....	50
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel <i>Switching Barriers</i>	51
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen.....	52
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi.....	53
Tabel 4.11. Hasil Analisis Parsial.....	54
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Berganda.....	58
Tabel 4.13. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Kerangka Pemikiran Teoritis	30

