



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN NILAI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MEREK SEPATU
VANS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

Diajukan Oleh :

Muchamad Yohan Hardiyansah

NIM. 201411376

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2018



**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN NILAI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MERK SEPATU
VANS PADA MAHASIWA UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

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

Univeritas Muria Kudus.

Diajukan Oleh :

Muchamad Yohan Hardiyansah

NIM. 201411376

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2018

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN NILAI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPATU MEREK VANS (Studi kasus
pada mahasiswa Universitas Muria Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dab Bisnis Universitas Muria Kudus.

Kudus,

2018

Mengetahui,
Ketua Progdi

Agung Subono SE., M.Si
NIDN. 0520017602

Pembimbing I

Dr. Mokhamad Arwani, SE., MM
NIDN. 0610057804

Mengetahui,
Dekan,



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

Pembimbing II

Agung Subono SE.,M.Si
NIDN: 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Dan Mintalah pertolongan(Kepada) Allah dengansabardansholat. Dan sesungguhnya yang demikianitusungguhberat, kecualibagi orang-orang yang khusu’, (yaitu) orang-orang yang yakin , bahwamerekaakanmenemui Robbenyadanbahwamerekaakankebalikepada-Nya “

(QS Al Baqarah : 45-46)



Kupersembahkan kepada :

1. *Allah SWT*
2. *Orang Tuasaya*
3. *Teman-teman*
4. *Alamamter UMK*

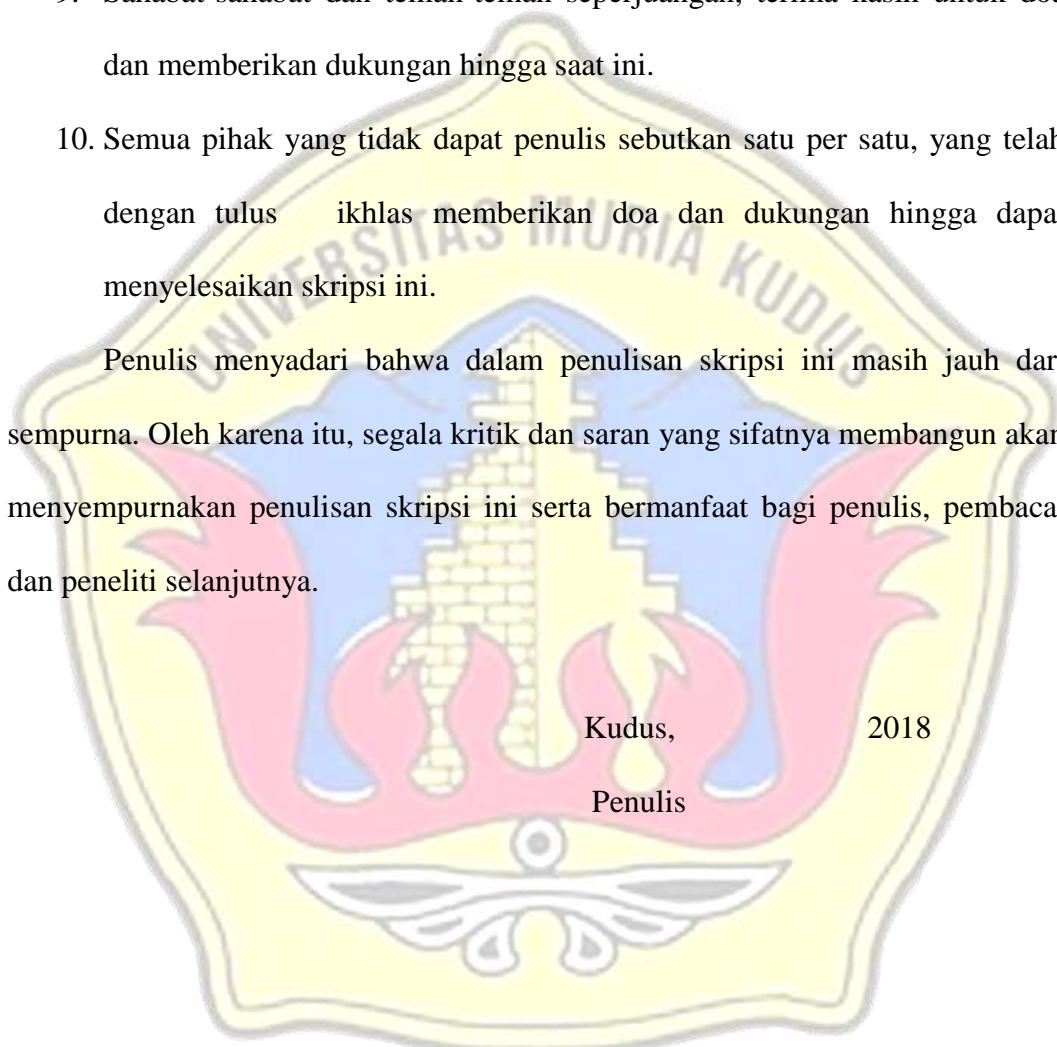
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Dampak Kepercayaan, Komitmen Dan Nilai Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Sepatu Merek Vans (studi kasus pada mahasiswa Universitas Muria Kudus” dengan baik. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu menyertai kehidupan penulis dengan berkat dan KuasaNya.
2. Bapak Dr.H.Mochamad Edris,Drs,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Agung Subono,SE,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Bapak Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM.)selaku dosen pembimbing I yang telah mengarahkan dan membimbing dengan kesungguhan hati selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Agung Subono,SE,M.Si selaku dosen pembimbing II yang juga mengarahkan dan membimbing penulis sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Mahasiswa Universitas Muria Kudus yang bersedia di wawancara untuk memperoleh data yang penulis perlukan.

7. Responden yang telah membantu penulis dengan mengisi kuesioner guna melengkapi data yang penulis perlukan.
8. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan dan nasehat.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan, terima kasih untuk doa dan memberikan dukungan hingga saat ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan dukungan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya.



Muchamad Yohan Hardiyansah
201411376

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN NILAI TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PADA SEPATU MEREK VANS**

(Studi kasus pada mahasiswa Universitas Muria Kudus)

Mochamad Yohan Hardiyansah

NIM. 201411376

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM.

: 2. Agung Subono, SE.,M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak pengaruh kepercayaan, komitmen dan nilai terhadap loyalitas konsumen pada sepatu merek Vans. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu kepercayaan , komitmen dan nilai sebagai variabel bebas dan loyalitas konsumen sebagai variabel terikat. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive Sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 98 responden. Uji instrumen data digunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data menggunakan analisis regresi uji t (uji parsial), uji f (berganda), analisis koefisien determinasi (*adjusted R Square*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, komitmen dan nilai pada merek sepatu Vans mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen , Secara simultan atau berganda menunjukkan adanya partisipasi kepercaaan, komitmen, nilai bagi loyalitas konsumen, sehingga perubahan-perbahan yang terjadi dipengaruhi oleh masing-masing variabel independen mampu mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata kunci : Kepercayaan, Komitmen, Nilai, Loyalitas Konsumen

**THE IMPACT OF TRUST, COMMITMENT AND VALUE TO CONSUMER
LOYALTY ON VANS BRAND**

(Case study at Muria Kudus University student)

Muchamad Yohan Hardiyansah

NIM. 201411376

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mokhamad Arwani, SE.,MM.
: 2. Agung Subono, SE.,M.Si

ABSTRACT

This study aims to determine the impact of influence trust, commitment and value on consumer loyalty on Vans brand shoes. Where is proposed three independent variables and one dependent variable, namely trust, commitment and value as independent variable and consumer loyalty as bound varaibel. The sampling technique used purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires to 98 respondents. Test instrument data used validity test and reliability test. Data analysis using t test regression analysis (partial test), f test (multiple), analysis of coefficient of determination (adjusted R Square). The results showed that the variables of trust, commitment and value on the brand of Vans shoes have an influence on consumer loyalty, simultaneously or multiple indicate the presence of belief, commitment, value for consumer loyalty, so that the changes are influenced by each independent variable capable affect custumer loyalty

Keywords: Trust, Commitment, Value, Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB TINJUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.2 Kepercayaan	6
2.3 Komitmen.....	9
2.4 Nilai.....	11
2.5 Loyalitas Konsumen.....	12
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Pemikiran Teoris	16
2.8 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Variabel Penelitian	10
3.3 Jenis Dan Sumber Data	22
3.4 Populasi Dan Sampel	23
3.5 Pengumpulan Data	24
3.6 Pengolahan Data.....	2

3.7	Uji Instrumen.....	25
3.8	Metode Analisis Data	27
BAB VI HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2	Uji Instrumen.....	33
4.3	Penyajian Data.....	36
4.4	Pembahasan.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		51
5.1	Simpulan.....	51
5.2	Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data sepatu Olahraga terbaik	2
Tabel 4.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan	34
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Komitmen.....	34
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Nilai.....	35
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	35
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Semester	37
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	38
Tabel 4.8 Frekuensi Varaiabel Kepercayaan	39
Tabel 4.9 Frekuensi Varaiabel Komitmen	40
Tabel 4.10 Frekuensi Varaiabel Nilai	41
Tabel 4.11 Frekuensi Varaiabel Loyalitas Konsumen	41
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi.....	42
Tabel 4.13 Hasil Analisis Parsial	44
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Berganda.....	47
Tabel 4.15 Nilai Adjusted R Square.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoris..... 16

