



**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, NILAI
KONSUMEN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN NATASHA SKIN CARE KUDUS DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN**

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

Diajukan oleh :

ANNISA RODHITA MAULINA

NIM. 2016-11-414

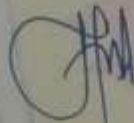
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, NILAI KONSUMEN
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
NATASHA SKIN CARE KUDUS DAN DAMPAKNYA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN**

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

Kudus, 2021

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE., MM., AAK.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Sutono, SE. MM, Ph.D.
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Pembimbing II



Agung Subono, SE, M.Si.
NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

(QS. Al Insyirah: 6)

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah.

(HR. Turmudzi)

Keberhasilan adalah kemampuan untuk melewati dan mengatasi dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat.

(Winston Churchill)

Persembahan :

1. Orang tua dan keluargaku tercinta
2. Sahabat-sahabat yang ku sayangi
3. Teman-teman angkatan 2016 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
4. Almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk sebagai salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
2. Dina Lusianti, SE., MM., AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Sutono, SE. MM, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Agung Subono, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dengan penuh kesabaran dari penyusunan hingga menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh jajaran dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.

6. Kedua orangtua tercinta yang selalu memberikan dorongan dan doa sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Semoga segala bantuan dan kebaikan yang penulis dapatkan, diberikan limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Kudus, 2021
Penulis,

ANNISA RODHITA MAULINA
NIM. 2016-11-414

ABSTRAKSI

PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, NILAI KONSUMEN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN NATASHA SKIN CARE KUDUS DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN

Anissa Rodhita Maulina
NIM. 2016-11-414

Dosen Pembimbing : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, nilai konsumen dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada konsumen Natasha *Skin Care* Kudus. Penelitian ini menggunakan dua variabel endogen, yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, dan tiga variabel eksogen, yaitu kepercayaan konsumen, nilai konsumen dan fasilitas. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan sampel yang terdiri dari 200 responden dengan teknik *purposive sampling* yaitu pembeli yang sudah melakukan pembelian di Natasha *Skin Care* Kudus selama 3 kali. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan konsumen, nilai konsumen dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, serta kepercayaan konsumen, nilai konsumen dan fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: kepercayaan konsumen, nilai konsumen, fasilitas, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

ABSTRACT

THE EFFECT OF CONSUMER TRUST, CONSUMER VALUE AND FACILITY ON CUSTOMER SATISFACTION NATASHA SKIN CARE KUDUS AND ITS IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY

Anissa Rodhita Maulina
NIM. 2016-11-414

Guidance Lecturer : 1. Sutono, SE. MM, Ph.D.
2. Agung Subono, SE, M.Si.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT

This study aims to analyze the effect of consumer trust, consumer value and facilities on customer satisfaction and consumer loyalty to consumers of Natasha Skin Care Kudus. This study uses two endogenous variables, namely customer satisfaction and customer loyalty, and three exogenous variables, namely consumer trust, consumer value and facilities. The data collection used in this study is a questionnaire method. In this study using a sample consisting of 200 respondents with purposive sampling technique, namely buyers who have made purchases at Natasha Skin Care Kudus for 3 times. Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which is operated through the AMOS program. The results showed that consumer confidence, consumer value and facilities had a positive and significant effect on customer satisfaction, and consumer confidence, consumer value and facilities had a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: *consumer trust, consumer value, facilities customer satisfaction and consumer loyalty.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
1. ABSTRAKSI.....	vi
2. <i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	8
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Perilaku Konsumen	12
2.2. Loyalitas Konsumen.....	15
2.3. Kepuasan Konsumen.....	19
2.4. Kepercayaan Konsumen.....	22
2.5. Nilai Konsumen.....	27
2.6. Fasilitas.....	29
2.7. Pengaruh Antar Variabel.....	31
2.8. Tinjauan Penelitian Terdahulu	40
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.10. Hipotesis.....	43

BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	45
3.2. Populasi dan Sampel.....	48
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	50
3.4. Metode Pengumpulan Data	51
3.5. Uji Instrumen.....	52
3.6. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	65
4.2. Deskripsi Responden	67
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	69
4.4. Analisis Data	73
4.5. Analisis Konfirmatori Full Model.....	81
4.6. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	84
4.7. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total..	88
4.8. Pembahasan.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
5.1. Kesimpulan.....	105
5.2. Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah Konsumen Natasha Skin Care Kudus Tahun 2016-2019	6
Tabel 3.1. Uji <i>Goodness of Fit Indices</i>	62
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	68
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen.....	69
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel Nilai Konsumen	70
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel Fasilitas	70
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	71
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	72
Tabel 4.9. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Eksogen.....	73
Tabel 4.10. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Endogen	75
Tabel 4.11. <i>Standardized Regression Weight</i> Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	76
Tabel 4.11. Uji Normalitas Data	78
Tabel 4.13. Mahalanobis $d - squared$	79
Tabel 4.14. Hasil Pengujian <i>Contract Reability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	80
Tabel 4.15. Uji Full Model <i>Goodness of Fit SEM</i>	82
Tabel 4.16. Nilai <i>Squared Multiple Correlation</i>	83
Tabel 4.17. Tabel <i>Regression Weights</i>	84
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Hipotesis	85
Tabel 4.19. Pengaruh Langsung Variabel Laten	88
Tabel 4.20. Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	89
Tabel 4.21. Pengaruh Total antar Variabel Laten	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. <i>Top Brand Index Skin Care Clinic</i> Tahun 2017-2019.....	5
Gambar 1.2. Jumlah Konsumen Natasha Skin Clinic Kudus 2016-2019	6
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen Sederhana	14
Gambar 2.1. Pengaruh Kepercayaan konsumen, Nilai Konsumen Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Natasha Skin Care Kudus Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen	43
Gambar 4.1. Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model	73
Gambar 4.2. Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model	74
Gambar 4.3. Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model	77
Gambar 4.4. Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen	69
Gambar 4.5. Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM)	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 3. Frekuensi Data
- Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5. Analisis Data

