



**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR
KUDUS)**

Oleh :

RETNO WULANDARI

2018-11-489

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR
KUDUS)**

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

Oleh :

RETNO WULANDARI

2018-11-489

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

TAHUN 2023

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

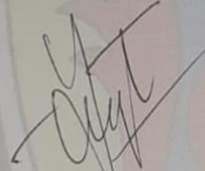
PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR
KUDUS)

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....

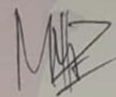
Pembimbing I



Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M

NIDN. 0620117103

Pembimbing II

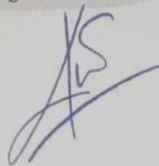


Mira Meilia Marka, S.E., M.M

NIDN. 0606058801

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M

NIDN. 0628048702

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR
KUDUS)

Nama : Retno Wulandari

NIM : 2018-11-489

Program Studi : S1-Manajemen

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

Kudus,.....2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.

NIDN. 0628048702

Pembimbing I

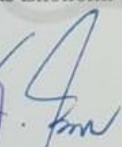


Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.

NIDN. 0620117103

Mengetahui,

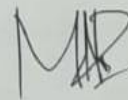
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Ketan Sumekar, S.E., M.M.

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

NIDN. 0606058801

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

1. Barangsiapa yang menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.

(HR. Muslim no.2699)

2. Barangsiapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barangsiapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Dia telah menjadikan untuk setiap sesuatu kadarnya.

(QS. Ath-Thalaq: 2-3)

Persembahan:

1. Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu mendukung baik dari segi moril maupun material.
2. Adikku tersayang yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Teman-temanku satu angkatan.
4. Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR KUDUS)”** dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis dapat bimbingan dan bantuan yang berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin penelitian terselesaikannya skripsi ini.
4. Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dari awal sampai selesai penyusunan skripsi ini.
5. Mira Meilia Marka, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dari awal sampai selesai penyusunan skripsi ini.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas ilmu dan pembelajaran yang diberikan selama perkuliahan dan seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah membantu penulis selama menempuh studi.
7. Kepada orang tua saya, Bapak Marjuki dan Ibu Sunarti serta adik saya Prasetyo Dwi Nugroho yang selalu mendoakan dan mendukung sehingga penulis dapat Menyusun skripsi ini sampai dengan selesai.
8. Rajawali Cellular Kudus yang telah memberikan ijin dan waktu bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang juga banyak memberikan dorongan sumbangan tenaga dan pikiran serta doa, sehingga tersusunnya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon para pembaca memberikan kritik dan saran sebagai bahan masukan penulis. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat Amin.

Kudus,

2023

Penulis

Retno Wulandari

201811489

**PENGARUH PERSEPSI NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN
PELANGGAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN TOKO RAJAWALI CELLULAR
KUDUS)**

RETNO WULANDARI

NIM. 2018-11-489

Pembimbing I : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.

Pembimbing II : Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi nilai pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan sikap konsumen terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan gerai Rajawali Cellular Kudus yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya serta sampel yang digunakan sebanyak 130 responden. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (2) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (3) Sikap Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; (4) Persepsi Nilai Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (5) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (6) Sikap Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (7) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; (8) Kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi persepsi nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan.; (9) Kepuasan pelanggan dapat memediasi kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan.; serta (10) Kepuasan pelanggan tidak dapat memediasi sikap konsumen dan loyalitas pelanggan.

Kata-kata Kunci: persepsi nilai pelanggan, kepercayaan pelanggan, sikap konsumen, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan

**THE EFFECT OF CUSTOMER VALUE PERCEPTION, CUSTOMER TRUST, AND CONSUMER ATTITUDE ON LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY ON RAJAWALI CELLULAR KUDUS SHOP CUSTOMERS)**

RETNO WULANDARI

NIM. 2018-11-489

Advisor I : Dr. Dwi Soegiarto, S.E., M.M.

Advisor II : Mira Meilia Marka, S.E., M.M.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived customer value, customer trust, and consumer attitudes towards loyalty through customer satisfaction. This study uses a quantitative descriptive research method. The number of population in this study is the customers of Rajawali Cellular Kudus outlets whose exact number is not known and 130 respondents is used as samples. The results of the research isi: (1) Perceived Customer Value has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; (2) Customer Trust has a positive and significant effect on Customer Satisfaction; (3) Consumer attitudes have a positive and significant effect on customer satisfaction; (4) Perceived Customer Value has a positive and significant effect on Customer Loyalty; (5) Customer Trust has a positive and significant effect on Customer Loyalty; (6) Consumer Attitude has a positive and significant effect on Customer Loyalty; (7) Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty; (8) Customer satisfaction cannot mediate perceptions of customer value and customer loyalty; (9) Customer satisfaction can mediate customer trust and customer loyalty; and (10) Customer satisfaction cannot mediate consumer attitudes and customer loyalty.

Keywords: *perception of customer value, customer trust, consumer attitudes, customer loyalty, customer satisfaction*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	9
1.3. Perumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2. Grand Teory	13
2.1. Persepsi Nilai Pelanggan	14
2.2. Kepercayaan Pelanggan.....	21
2.3. Sikap Konsumen.....	26
2.4. Kepuasan Pelanggan.....	29
2.5. Loyalitas Pelanggan	31
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu	34

2.7.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.8.	Perumusan Hipotesis	38
2.8.1.	Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.8.2.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan .	39
2.8.3.	Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Kepuasan Pelanggan.....	40
2.8.4.	Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	41
2.8.5.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan..	42
2.8.6.	Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.8.7.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1.	Rancangan Penelitian	46
3.2.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	46
3.2.1.	Jenis Variabel.....	46
3.2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3.1.	Jenis Data	50
3.3.2.	Sumber Data.....	50
3.4.	Populasi dan Sampel	50
3.4.1.	Populasi.....	50
3.4.2.	Sampel.....	51
3.5.	Pengumpulan Data	52

	Halaman
3.6. Uji Instrumen Penelitian	53
3.6.1. Uji Validitas	53
3.6.2. Uji Reliabilitas	54
3.7. Pengolahan Data.....	54
3.7.1. Pengeditan	54
3.7.2. Pemberian Kode	55
3.7.3. Pemberian Score.....	55
3.7.4. Tabulasi	55
3.8. Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	65
4.1.1. Sejarah Singkat Gerai Rajawali Cellular Kudus	65
4.1.2. Visi dan Misi	65
4.1.3. Struktur Organisasi	66
4.1.4. Deskripsi Tugas.....	66
4.2. Penyajian Data.....	67
4.2.1. Deskripsi Responden.....	67
4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel	71
4.3. Menilai Kriteria <i>Goodness of Fit</i>	75
4.3.1. Uji Normalitas	75
4.3.2. Uji <i>Outlier</i>	77
4.3.3. Analisis Data	83

	Halaman
4.4.1. Gambar Jalur Hubungan Kausalitas.....	83
4.4.2. <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	85
4.4.3. Uji Hipotesis	95
4.4. Pembahasan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1. Kesimpulan	115
5.2. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN - LAMPIRAN	127



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Pengunjung Periode Januari-Juli Tahun 2021	3
Tabel 1.2. Data Keluhan Pelanggan Rajawali Cellular Kudus Pada Tahun 2021 .	4
Tabel 3. 1 Tabel Indeks <i>Goodness-of-fit</i>	63
Tabel 4. 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel 4. 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	69
Tabel 4. 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan	72
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap Sikap Konsumen.....	73
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 4. 10. Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 11. <i>Multivariate Outliers</i>	78
Tabel 4. 12 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	87
Tabel 4. 13 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan..	88
Tabel 4. 14 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	90
Tabel 4. 15 Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan..	91
Tabel 4. 16. Hasil Uji Reliabilitas dan AVE Variabel Eksogen	93
Tabel 4. 17. Hasil Uji Reliabilitas dan AVE Variabel Endogen.....	94
Tabel 4. 18. Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	96

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Determinan Nilai yang Dipersepsikan Pelanggan.....	16
Gambar 2. 2 Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Sikap Konsumen Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Toko Rajawali Cellular Kudus).....	38
Gambar 4. 1. Struktur Organisasi Rajawali Cellular Kudus	66
Gambar 4. 2. Diagram Konseptual.....	84
Gambar 4. 3 Analisis Konfirmatori Faktor Eksogen Sebelum Perbaikan	86
Gambar 4. 4 Analisis Konfirmatori Faktor Eksogen Setelah Perbaikan.....	88
Gambar 4. 5 Analisis Konfirmatori Faktor Endogen Sebelum Perbaikan	89
Gambar 4. 6 Analisis Konfirmatori Faktor Endogen Setelah Perbaikan	91
Gambar 4. 7. Hasil Analisis SEM.....	96