



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Pelanggan Superskin Skincare di Pati)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

AYU LESTARI

NIM. 2017-11-559

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Pada Pelanggan Superskin Skincare di Pati)**

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

Oleh :
AYU LESTARI
NIM. 2017-11-559

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Superskin Skincare di Pati)

Nama : Ayu Lestari
NIM : 201711599
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,2024

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Noor Indah Rahmawati, SE., MM
NIDN. 0024037701

Mengetahui,
Ketua Progam Studi Manajemen

Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN. 0024037701

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

(Studi Kasus Pada Pelanggan Superskin Skincare di Pati)

NAMA : AYU LESTARI

NIM : 201711599

PROGDI : MANAJEMEN

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

Kudus,

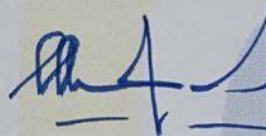
2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.
NIDN. 0024037701

Pembimbing I



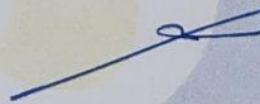
Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M.
NIDN. 0618066201

Mengetahui,
Dekan



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.
NIDN. 0024037701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (QS. Al-Insyirah: 5-6).

Persembahan:

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta saya

1. Bapak Alm Lutiarmo dan Ibu Sri Ayuni yang selalu mendo'akan dan memberi dukungan untuk saya dapat menyelesaikan studi ini.
2. Saudaraku tersayang, Edi Widodo dan Dwi Rahayu atas doa dan semangatnya selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan skripsi “Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Superskin Skincare di Pati)” sebagai syarat menyelesaikan jenjang Sarjana Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus. Selama proses skripsi ini telah banyak bantuan yang penulis dapatkan dari berbagai pihak, sehingga kini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M selaku Dosen Pembimbing I atas arahan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini.
4. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus selaku Dosen Pembimbing II atas arahan dan bimbingan yang penuh kesabaran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Kedua orang tua yaitu Bapak Alm Lutiarto dan Ibu Sri Ayuni atas kerja keras dan upaya yang sangat besar untuk memberikan pendidikan terbaik bagi penulis.
6. Pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun.

Penulis menyadari jikalau penulisan skripsi ini belum sempurna, maka dari itu kritik dan saran sangat penulis perlukan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak.

Kudus, 2024

Penulis,



Ayu Lestari

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PENGALAMAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN SUPERSKIN SKINCARE DI PATI)**

**AYU LESTARI
NIM. 2017-11-599**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M
2. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah meneliti analisis pengaruh kepercayaan dan pengalaman terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada pelanggan Superskin Skincare di Pati). Sampel penelitian sebanyak 115 responden dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan AMOS-24 dan pengambilan sampel menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan pengalaman pelanggan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kepercayaan pelanggan, pengalaman pelanggan, loyalitas pelanggan, kepuasan.

***THE INFLUENCE OF TRUST AND EXPERIENCE ON CUSTOMER
LOYALTY WITH SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE
(CASE STUDY ON SUPERSKIN SKINCARE CUSTOMERS IN PATI)***

**AYU LESTARI
NIM. 2017-11-599**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochamad Edris., Drs., M.M
2. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

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

ABSTRACTION

The aim of this research is to examine the analysis of the influence of trust and experience on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable (case study of Superskin Skincare customers in Pati). The research sample was 115 respondents using purposive sampling technique. Data analysis used AMOS-24 and sampling used a questionnaire. The research results show that customer trust has a positive and significant effect on customer loyalty, while customer experience has a negative effect on customer loyalty. Customer trust and customer experience have a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Customer trust, customer experience, customer loyalty, satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACTION</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kepercayaan Pelanggan	10

2.1.2.	Pengalaman pelanggan.....	12
2.1.3.	Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4.	Loyalitas Pelanggan	16
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	18
2.3.	Pengaruh Antar Variabel	21
2.3.1.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	21
2.3.2.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .	21
2.3.3.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	21
2.3.4.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..	22
2.3.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	22
2.4.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
2.5.	Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
3.1.	Rancangan Penelitian	25
3.2.	Variabel Penelitian	25
3.3.	Definisi Operasional Variabel	26
3.3.1.	Kepercayaan pelanggan	26
3.3.2.	Pengalaman Pelanggan.....	26
3.3.3.	Kepuasan Pelanggan	27
3.3.4.	Loyalitas Konsumen.....	27
3.4.	Jenis Dan Sumber Data	28
3.4.1.	Data Primer	28
3.4.2.	Data Sekunder	28

3.5.	Populasi dan Sampel.....	29
3.5.1.	Populasi.....	29
3.5.2.	Sampel.....	29
3.6.	Pengumpulan Data.....	29
3.7.	Uji Instrument Penelitian.....	30
3.7.1.	Uji Validitas	30
3.7.3.	Uji Normalitas.....	31
3.8.	Metode dan Teknik Analisis Data	32
3.10.	Uji Mediasi	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
4.1.1.	Gambaran Umum Superskin Skincare Pati.....	35
4.1.2.	Gambaran Umum Responden Penelitian	35
4.1.3.	Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Penelitian	35
4.1.7.	Tanggapan Responden.....	36
4.2.	Analisis Data	39
4.2.1.	Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen	39
4.2.2.	Uji Normalitas.....	42
4.2.3.	Uji Outlier	43
4.2.4.	Analisis Validitas Konstruk Full Model	44
4.2.5.	Analisis Konfirmatori Full Model.....	45
4.3.	Analisis Square Multiple Correlations	47
4.4.	Uji Hipotesis.....	47

4.4.1.	Pengujian Hipotesis 1.....	49
4.4.2.	Pengujian Hipotesis 2.....	49
4.4.3.	Pengujian Hipotesis 3.....	49
4.4.4.	Pengujian Hipotesis 4.....	49
4.4.5.	Pengujian Hipotesis 5.....	49
4.5.	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	50
4.6.	Pembahasan.....	51
4.6.1.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.6.2.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan..	51
4.6.3.	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.6.4.	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	52
4.6.5.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	53
BAB V	PENUTUP.....	55
5.1.	Kesimpulan.....	55
5.2.	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN-LAMPIRAN		61

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pasien Superskin Skincare Pati Bulan Januari-Juni 2023.....	3
Tabel 1. 2 Data Jumlah Pasien Superskin Skincare Pati Bulan Januari-April 2024.....	3
Tabel 3.1 Goodness of Fit Indicates.....	34
Tabel 4.1 Hasil Data identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Hasil Tanggapan Responden pada Kepercayaan Pelanggan (X_1).....	36
Tabel 4.3 Hasil Tanggapan Responden pada Pengalaman Pelanggan (X_2).....	37
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden pada Loyalitas Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden pada Kepuasan Pelanggan (Z).....	39
Tabel. 4. 6 Uji Model Goodness of Fit Variabel Eksogen	41
Tabel. 4.7 Uji Model Goodness Of Fit Variabel Endogen.....	42
Tabel. 4. 8 Uji Normalitas Data	43
Tabel. 4. 9 Mahalanobis d-squared	44
<i>Tabel. 4. 10 Hasil Pengujian Construct Reliability Dan Variance Extracted.....</i>	<i>45</i>
<i>Tabel. 4. 11 Uji Model Goodness of Fit Model Full SEM.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabel. 4. 12 Square Multiple Correlations</i>	<i>47</i>
Tabel. 4. 13 Tabel Regression Weights	48
Tabel. 4. 14 Hasil Pengujian Hipotesis	48
Tabel. 4. 15 Tabel Hasil Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kritik Kepuasan Superskin Skincare Pati Per Juni 2023	4
Gambar 2.1 Pengaruh Kepercayaan dan Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Superskin di Pati)	23
Gambar 4. 1 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen	40
Gambar 4. 2 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	40
Gambar 4. 3 Output Pengujian Konfirmatori Variabel Endogen.....	41
Gambar 4. 4 Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM).....	46

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	62
LAMPIRAN 3 ANALISIS DATA.....	72
LAMPIRAN 4 SURAT IJIN PENELITIAN	79
LAMPIRAN 5 SURAT BALASAN IJIN PENELITIAN	81
LAMPIRAN 6 HASIL TURNITIN	83