

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, SUASANA TOKO  
DAN *SWITCHING BARRIER* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA INDOMARET DEMANG  
LEBAR DAUN PALEMBANG)**



**Disusun Oleh :**

**Arief Ekto Rahman**

**1923200095**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG**

**2023**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Multi Data Palembang**

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Gasal Tahun 2022/2023

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN  
PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN, SUASANA TOKO  
DAN SWITCHING BARRIER TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA INDOMARET DEMANG  
LEBAR DAUN PALEMBANG)**

**Arief Ekto Rahman**

**1923200095**

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* Terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala *likert* dengan jumlah 310 responden. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* serta menggunakan bantuan software SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* berpengaruh positif signifikan secara parsial dan simultan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Indomaret Demang Lebar Daun Palembang).

**Kata kunci:** Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko, *Switching Barrier* dan Loyalitas Pelanggan



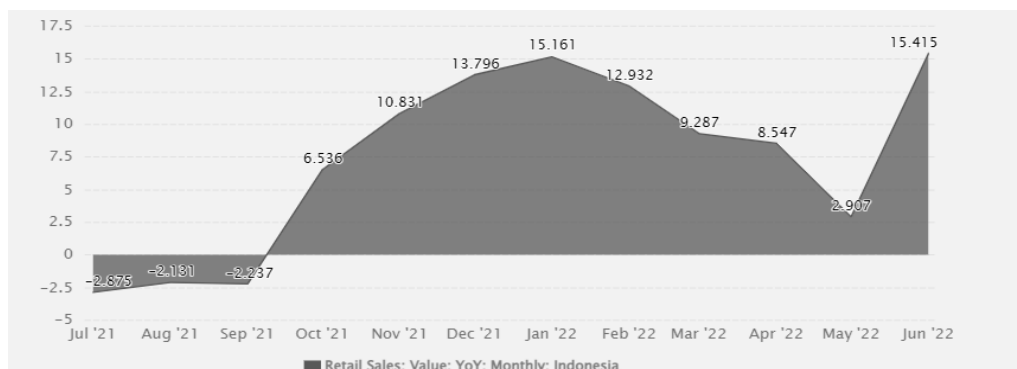
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidup usahanya dalam jangka pendek, jangka menengah, dan jangka panjang. Era globalisasi yang ditandai dengan persaingan yang semakin tajam dan kompleks, perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan memahami apa yang terjadi di pasar dan apa yang menjadi keinginan konsumen serta berbagai perubahan yang ada di lingkungan bisnisnya sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya (Margaretha, 2020).

Industri ritel mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. gambar 1.1 menurut Pulley, 2022.

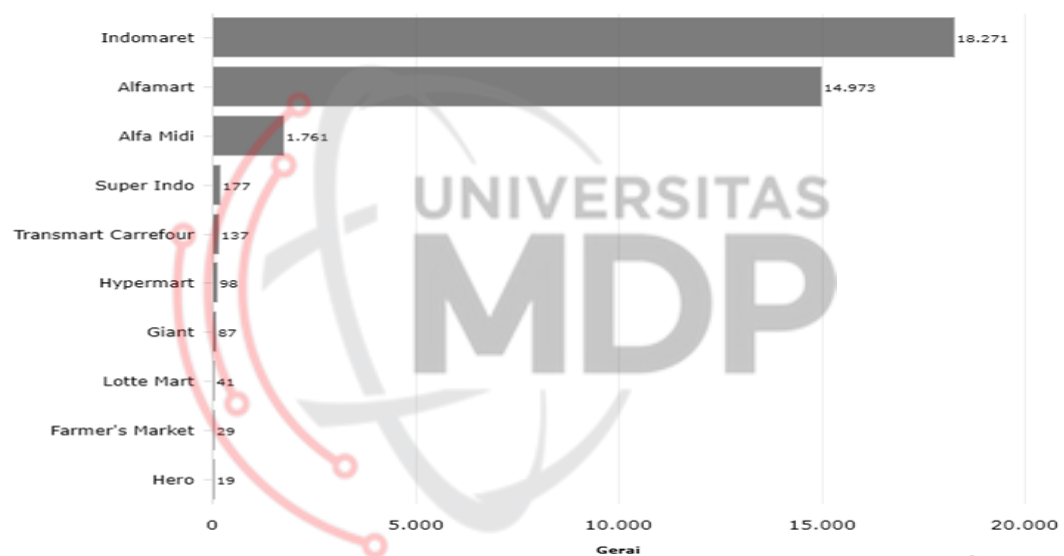


Sumber: Ceicdata, 2022

**Gambar 1.1 Pertumbuhan Penjualan Ritel di Indonesia**

Berdasarkan gambar 1.1, dapat diketahui bahwa sejak Bulan Juni 2021 – September 2021 penjualan ritel di Indonesia mengalami penurunan demikian juga pada Bulan Januari 2022 – April 2022. Bulan Oktober 2021 – Desember 2021 penjualan ritel mengalami kenaikan demikian juga pada Bulan Mei 2022 – Juni 2022 (Ceicdata, 2022).

Perkembangan jumlah ritel di Indonesia bisa terlihat di jumlah toko ritel seperti gambar 2.1.

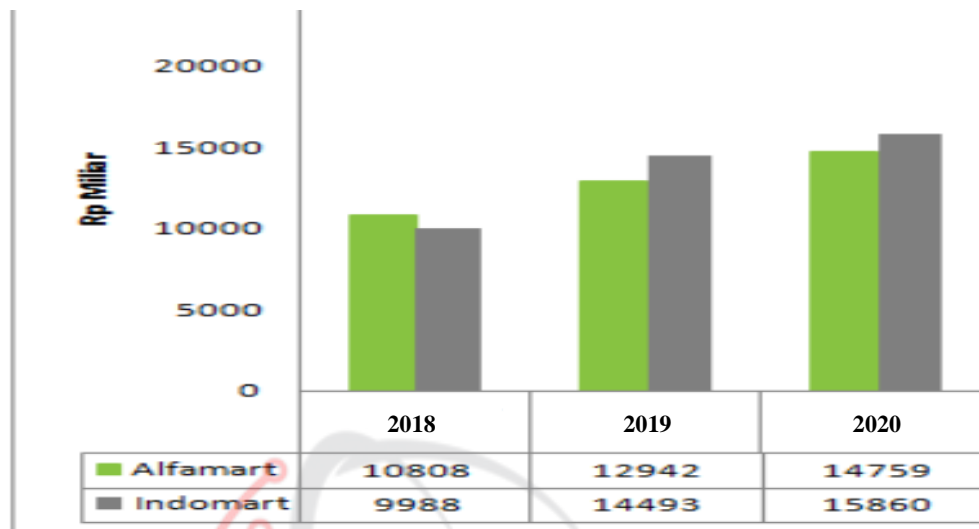


Sumber : Rizaty, 2021

**Gambar 2.1 Jumlah Gerai Toko-toko Ritel di Indonesia**

Berdasarkan gambar 2.1 diketahui bahwa ritel Indomaret di posisi pertama dengan jumlah toko sebanyak 18.271, kemudian Alfamart sebanyak 14.973 toko, Alfa Midi sebanyak 1.761 toko, Super Indo sebanyak 177 toko, Transmart Carefour 137 toko, Hypermart 98 toko, Giant 87 toko, Lotte Mart 41 toko, Farmer's Market 29 toko dan Hero sebanyak 19 toko (databoks, 2021).

Pendapatan penjualan Indomaret dan Alfamart bisa dilihat seperti gambar 3.1.



(Bareksa, 2021)

### **Gambar 3.1 Pendapatan Penjualan Indomaret dan Alfamart**

Berdasarkan gambar 3.1 diketahui bahwa Pendapatan penjualan Indomaret sebanyak 9.998 Miliar pada tahun 2018 sedangkan pada Alfamart sebanyak 10.808 Miliar. Tahun 2019 pendapatan Indomaret sebanyak 14.493 Miliar dan Alfamart sebanyak 12.942. Tahun 2020 pendapatan Indomaret sebanyak 15.860 Miliar dan Alfamart sebanyak 14.759 Miliar (Bareksa, 2021).

Indomaret terus melakukan penambahan jumlah gerai dan memimpin sebagai toko ritel yang memiliki paling banyak jumlah gerai yang beroperasi. Indomaret merupakan perusahaan yang menjual dan menyediakan kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Indomaret memiliki konsep yaitu gerai berada di banyak titik dan berlokasi disekitar hunian konsumen sehingga

memudahkan konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Lokasi yang mudah dijangkau menjadi strategi Indomaret untuk bersaing di pasar ritel (Margaretha, 2020). Indomaret menjadi ritel yang unggul dengan mendapatkan penghargaan Perusahaan Ritel Unggul pada tahun 2017 dan penghargaan Superbrands pada tahun 2018 (Indomaret, 2022).

Tiga jenis toko yang berbeda dimiliki Indomaret yaitu toko Reguler, Fresh dan Plus. Indomaret Reguler menjual produk kebutuhan sehari-hari tidak dilengkapi dengan aneka buah-buahan contoh Indomaret Veteran Palembang. Indomaret Fresh dilengkapi dengan produk kebutuhan sehari-hari dan buah-buahan segar contoh Indomaret Rajawali 12 Palembang, Indomaret plus dilengkapi dengan produk kebutuhan sehari-hari, buah dan sayur yang segar, serta ukuran Indomaret yang lebih luas contoh Indomaret Demang Lebar Daun Palembang dan satu-satunya toko Indomaret yang memiliki metode belanja drive thru di kota Palembang. Hal ini dilakukan untuk membentuk konsumen menjadi loyal terhadap produk yang ada di Indomaret (Uzlif, 2019).

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan bisa ditingkatkan dengan cara peningkatan terhadap kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, kepuasan pelanggan, suasana toko dan *switching barrier*. Kualitas layanan yang diberikan pihak Indomaret kepada pelanggan menjadi penentu berlangsungnya ikatan hubungan antara pelanggan dan perusahaan dalam jangka waktu panjang. Menurut (Margaretha, 2020) kualitas pelayanan adalah tindakan dan perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan

kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Karyawan Indomaret memberikan kualitas layanan dengan memberikan keranjang belanja kepada konsumen yang berbelanja dan bersikap ramah kepada konsumen (Margaretha, 2020).

Penelitian terdahulu (Fernandes, 2021) berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung, menunjukkan hasil pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan searah dan signifikan yang menunjukkan jika kualitas layanan bertambah baik maka loyalitas pelanggan pada Alfamart kayuagung semakin besar.

Kepercayaan Pelanggan merupakan keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap perusahaan oleh karena pihak perusahaan dapat memberikan harapan yang diinginkan dan yang dibutuhkan (Todingbua, 2022). Indomaret menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan atau pemasar kepada konsumennya agar meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap Indomaret. Penelitian terdahulu Devirman dan Jontro (2019) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya. Menunjukkan hasil bahwa kepercayaan merupakan faktor yang penting agar dapat menghasilkan loyalitas konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan atau konsumen setelah mendapatkan produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan (Tjiptono, 2018). Indomaret melakukan *Stock Opname* produk



dengan tujuan memastikan barang yang ingin dibeli konsumen tetap tersedia agar konsumen tidak perlu mencari barang tersebut di toko lain dan mempermudah transaksi baik menggunakan cash ataupun non cash. Penelitian terdahulu (Nur, 2021) Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Minimarket Sakinah 212 Mart Kediri). Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan searah dan signifikan, jika kepuasan pelanggan bertambah maka loyalitas pelanggan pada Minimarket Sakinah 212 akan semakin besar dan meningkat.

Suasana toko bisa menstimuli panca indera konsumen dan mempengaruhi persepsi serta emosional konsumen terhadap toko (Levy dan Weitz, 2018). Indomaret memiliki *interior* yang sangat bagus, pencahayaan yang sangat terang guna menarik konsumen dan ruangan yang cukup dingin bisa membuat konsumen nyaman belanja di Indomaret (Margaretha, 2020). Perancangan suasana toko yang menarik, dapat menghasilkan emosional khusus yang dapat menyebabkan konsumen melakukan tindakan pembelian (Hamali, 2019). Penelitian terdahulu dilakukan oleh Ilhamsyah dan Mulyani (2019) mengenai Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Palembang. Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atmosfer toko dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan di Minimarket OMI.

*Switching Barrier* adalah hambatan yang dirasakan oleh seseorang konsumen untuk beralih dari produk lama ke produk baru atau dari

perusahaan lama ke perusahaan baru (harahap, 2020). Indomaret terus melakukan promosi dan *discount* yang menarik dengan tujuan dapat mempertahankan konsumen. Promosi yang tersedia sangat *variatif* mulai dari promosi JSM (Jum'at, Sabtu, Minggu) dan promo super hemat. Penelitian terdahulu Darna dan Sunreni (2019) Pengaruh *Switching Barrier* dan Citra Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Interbis. Penelitian ini menunjukkan *switching barrier* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan merupakan seseorang atau individu yang menggunakan jasa atau produk secara *continue* dan tidak berpaling kepada pihak lain karena merasa telah puas dan yakin dengan apa yang dimiliki saat ini. (Ramadhani, 2022) . Perilaku ini mencakup perilaku pembelian kembali, pembelian produk lainnya dari perusahaan, dan merekomendasikan kepada orang lain. Loyalitas memberikan manfaat dengan cara memudahkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian, proses pencarian informasi yang lebih dan adanya kepuasan. Loyalitas pelanggan dapat memberikan jaminan masa depan perusahaan menjadi lebih baik.

Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu maka penelitian ini dilakukan untuk melihat **Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Indomaret Demang Lebar Daun Palembang.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang secara simultan?

## 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

Objek penelitian yang dibahas dalam penelitian adalah Indomaret Demang Lebar Daun Palembang. Penelitian dibatasi oleh variabel Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk melihat pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap

Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang secara parsial.

2. Untuk melihat pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Suasana Toko dan *Switching Barrier* terhadap Loyalitas Pelanggan di Indomaret Demang Lebar Daun Palembang secara simultan.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, diharapkan melalui penelitian ini penulis dapat mengetahui tentang kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, suasana toko dan *switching barrier* serta hubungannya terhadap loyalitas pelanggan Indomaret demang lebar daun Palembang.
2. Bagi perusahaan, diharapkan melalui penelitian ini, perusahaan dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, suasana toko dan *switching barrier* terhadap loyalitas pelanggan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan, suasana toko dan *switching barrier* yang baik di benak konsumen yang pada akhirnya dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan melalui penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil penelitian sebagai bahan referensi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan tema dan judul sama.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika Penelitian ini terdiri dari beberapa bab diantaranya :

### **BAB I                      PENDAHULUAN**

Bab ini akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II                     TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan membahas mengenai tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian

### **BAB III                  METODE PENELITIAN**

Bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, pemilihan informan kunci, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji hipotesis



## DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Syaiful 2018, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, Deepublish, Yogyakarta.
- Bareksa (2021) pendapatan Penjualan Indomaret dan Alfamart, Diakses 09 Oktober 2022, dari [www.bareksa.com](http://www.bareksa.com)
- Darma, Sunreni, dkk 2019, Pengaruh Switching Barrier dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Interbis (Studi Pada PT. Multimas Sumber Harapan Padang), *Jurnal Matua* vol. 1 no.2.
- Devirman, Simanjuntak 2021, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya, TBK, *Jurnal Ilmu Manajemen* vol. 85 no73.
- Fernandes, Ari 2021, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Alfamart Kayuagung, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* vol. 6 no.1.
- Ghozali, Imam 2019, *Aplikasi Analisa Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Deepublish Semarang.
- Hamali, Sambudi 2019, *Desain Tata Letak (Layout Design)*, Diakses 29 Agustus 2022, dari [www.bbs.binus.ac.id](http://www.bbs.binus.ac.id)
- Harahap (2020), *Apa Itu Switching Barrier*, Diakses 01 September 2022, dari [www.dictio.id](http://www.dictio.id)
- Ilhamsyah, Mulyani 2019, Pengaruh Atmosfer Toko dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket OMI Koperasi PGRI Palembang, *Jurnal Manivestasi* vol. 1 no.2
- Indrasari, Meithiana 2019, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Deepublish, Surabaya.
- Indomaret (2022), Sejarah dan Penghargaan Indomaret, Diakses 8 Oktober 2022, dari [www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id)
- Istiqomah, Nur, dkk 2021, Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Minimarket Sakinah 212), *Jurnal Magister Manajemen* vol. 9 no.2.
- Kotler, Amstrong, 2019, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Deepublish Yogyakarta.

Margaretha, Livia 2020, Pengaruh Citra Merk, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan dan Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Kota Palembang, *Jurnal Manajemen Pemasaran* vol. 22 no.38.

Pulley, Steve 2022, *Ceicdata Indonesia Pertumbuhan Penjualan Ritel*, Diakses pada 24 Agustus 2022, dari [www.ceicdata.com](http://www.ceicdata.com).

Ramadhani, Niko 2022, *Apa Itu Loyalitas dan Bagaimana Cara Membentuknya*, Diakses 7 September 2022, dari [www.akseleran.co.id](http://www.akseleran.co.id)

Rifa'i, Khamdan 2019, *Membangun Loyalitas Pelanggan*, Deepublish, Jember.

Rizaty, Monavia 2021, *Databoks Jumlah Gerai Toko Ritel di Indonesia*, Diakses pada 26 Agustus 2022, dari [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R dan D*, Deepublish, Bandung.

Uzlif, Ahmad 2019, *Perbedaan Indomaret Reguler, Indomaret Fresh dan Indomaret Plus*, Diakses 28 Agustus 2022, dari [www.fairetail29.blogspot.com](http://www.fairetail29.blogspot.com)