

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO SEKIP MAKMUR
PALEMBANG**



Disusun Oleh :

Sandy Wijaya

1923200025

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2024**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Manajemen
Semester Gasal Tahun 2023/2024

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN, KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA TOKO SEKIP MAKMUR PALEMBANG**

Sandy Wijaya

1923200025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang. Sampel yang digunakan sebanyak 250 orang pelanggan yang setia berbelanja di Toko Sekip Makmur Palembang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling, purposive sampling*. Pengambilan data ini dilakukan dengan menggunakan kusioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan alat uji SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh signifikan dan positif secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang.

Kata Kunci: *Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Harga*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Bisnis ritel di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, hal ini dapat kita lihat dengan semakin banyaknya gerai bisnis ritel yang tersebar di Indonesia. Bisnis ritel modern dalam bentuk toko serba ada, seperti *hypermarket*, *supermarket*, dan *minimarket* telah menjadi pilihan utama sebagai tempat berbelanja bagi pelanggan di Indonesia. Hal ini mengundang persaingan yang sangat ketat antar pesaing bisnis ritel yang ada di Indonesia. (Kotler, 2013).

Bisnis ritel merupakan aktivitas bisnis yang melibatkan penjualan barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan akhir. Pada perkembangannya kini bisnis ritel di Indonesia mulai bertransformasi dari bisnis ritel tradisional menuju bisnis ritel modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan perkembangan dari ritel tradisional. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, teknologi dan gaya hidup Masyarakat yang membuat Masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja. (Kotler, 2013). Secara garis

besar, usaha ritel yang berfokus pada penjualan barang pokok terbagi menjadi dua yaitu usaha ritel tradisional dan usaha ritel modern.

Ciri – ciri usaha ritel tradisional adalah sederhana, tempatnya tidak terlalu luas, barang yang dijual tidak terlalu banyak macam, tidak menggunakan sistem, tidak menawarkan kenyamanan belanja dan masih ada proses tawar menawar harga dengan pemilik toko, serta produk yang dijual tidak dipajang secara terbuka sehingga pelanggan tidak mengetahui apakah pedagang memiliki barang yang dicari atau tidak.

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat di Indonesia maka setiap ritel harus meningkatkan kekuatannya dengan cara memberi perbedaan yang unik supaya tercipta pemasaran dari mulut ke mulut dari pelanggan. Menciptakan *word of mouth* tidak hanya dari harga, diskon dan promosi. Memanfaatkan keterlibatan antar pelanggan, pengetahuan yang dimiliki tentang produk yang ingin di beli, kepercayaan terhadap produk sehingga menciptakan pengurangan ketidakpastian dan keinginan yang dimiliki untuk mendapatkan produk yang terjamin berkualitas. Apabila pelanggan merasa nyaman dan percaya dengan produk yang dijual peritel, maka diharapkan terjadinya pembelian.(N.P.S. Supertini, 2020)

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang memiliki usah ritel cukup banyak baik tradisional maupun modern. Beberapa toko ritel yang ada di Palembang seperti P&D Manis, Sekip Makmur, indomaret, hypermart, farmers, alfamart, indogrosir, superindo, lotte mart, transmart

carrfour dll. Dari data yang tercatat di DPM-PTSP Kota Palembang, pertumbuhan gerai minimarket baru mencapai angka 208 gerai yang tersebar di 18 kecamatan yang ada di kota Palembang. Sedangkan untuk jumlah yang melakukan perpanjangan izin mencapai 385 gerai yang juga tersebar di seluruh wilayah kecamatan di Kota Palembang. (Rizal, 2021).

Banyaknya pesaing ritel di Palembang membuat peritel harus mempunyai strategi yang baik untuk memunculkan melakukan pemasaran, promosi yang baik. Salah satu media promosi yang dapat membantu sebuah ritel adalah informasi dari mulut ke mulut yang positif kepada pelanggan, media ini paling efektif dilakukan untuk mendatangkan pelanggan. Peritel harus memiliki nilai tambah dari apa yang ditawarkan kepada pelanggannya sehingga dapat membuat pelanggan bercerita hal-hal positif ke orang lain.

Salah satu ritel yang ada di Kota Palembang adalah Toko Sekip Makmur, toko tradisional Sekip Makmur ini menjual berbagai macam produk yang digunakan oleh pelanggan dalam kesehariannya baik Sembilan bahan pokok dan bahan pokok lainnya. Toko Sekip Makmur terletak di Jalan Mayor Salim Batubara Palembang, Toko Sekip Makmur bisa dibilang cukup baik dalam segi pelayanan, penawaran harga, kelengkapan produk dan lain sebagainya sehingga dapat bersaing dengan toko ritel modern disekitarnya.

Pelanggan yang datang berbelanja di toko tersebut bukan hanya datang dari kawasan sekitar saja akan tetapi datang dari berbagai sudut

wilayah kota Palembang. kedatangan pelanggan bahkan pelanggan ini bukan tidak ada penyebabnya, mereka mendapatkan informasi dari berbagai orang tentang kelebihan-kelebihan dari toko Sekip Makmur. Informasi ini disampaikan dengan media yang tidak membutuhkan biaya promosinya berupa *word of mouth* positif dari pelanggannya. Toko Sekip Makmur ini tidak pernah sepi pengunjung dari jam operasional buka sampai dengan tutup. Walaupun terdapat pesaing disekitar lokasi, toko sekip Makmur tetap menjadi pilihan terbaik untuk pelanggannya.

Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2017), loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, yang tercermin dari sikap yang sangat positif dan wujud perilaku pembelian ulang yang dilakukan oleh pelanggan secara konsisten. Loyalitas pelanggan merupakan satu satunya alasan yang sangat penting untuk meraih keuntungan karena berhubungan langsung dengan keuntungan yang akan diraih oleh Perusahaan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen jangka panjang pelanggan yang berwujud dalam perilaku dan sikap yang loyal terhadap Perusahaan dan produk atau jasanya dengan cara mengonsumsi produk atau jasa secara berulang. Toko Sekip Makmur yang berdiri sejak tahun 1992 sampai dengan sekarang memiliki banyak sekali pelanggan mulai dari pelanggan di sekitar ataupun dari wilayah lain yang sudah komit untuk berbelanja terus menerus di toko tersebut sehingga tercipta pelanggan yang loyal. Menurut Hasan (2015) faktor – faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Kepuasan Pelanggan atau *Customer Satisfaction*. Kepuasan pelanggan dipertimbangkan sebagai prediktor kuat terhadap kesetiaan pelanggan termasuk rekomendasi positif, niat membeli ulang dan lain-lain. Toko Sekip Makmur memiliki kelengkapan dan kualitas produk yang menjanjikan untuk pelanggan yang berbelanja, sehingga tercipta kepuasan kepada pelanggan toko tersebut.

Kepercayaan atau *Trust*. Kepercayaan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap keandalan Perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran Perusahaan. Toko Sekip Makmur yang sudah ada sejak tahun 2000 ini memiliki konsumen yang percaya terhadap produk yang toko tersebut jual sehingga menjadi pelanggan tetap.

Kualitas Layanan atau *Service Quality*. Kualitas layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan meningkatkan penguasaan pasar, mengarahkan, dan memimpin konsumen kearah kesetiaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), kualitas pelayanan diartikan sebagai nilai dari pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Sementara itu, menurut Parasuraman dalam Astuti dan Lutfi (2019), kualitas pelayanan dinilai atas dasar perbedaan antara kenyataan harapan pelanggan terhadap layanan yang diterima pelanggan. Toko Sekip Makmur memiliki pelayanan yang baik dengan kasir yang ramah kepada semua pelanggannya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2017), Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama dengan semua pembeli. Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha. Toko Sekip Makmur merupakan toko ritel tradisional yang sudah lama berdiri di Kota Palembang, itu semua bisa dijalani karena harga yang toko tersebut tawarkan termasuk murah untuk pelanggannya sehingga tetap setia berbelanja ditoko Sekip Makmur.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Verawati, 2022) yang berjudul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Family Di Tambun Selatan “ memiliki hasil penelitian yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kemudian kualitas pelayanan dan harga secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti lain melakukan penelitian yang berjudul “ *The Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty* “ oleh (Leninkumar, 2017) dari hasil penelitiannya mengatakan bahwa kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, begitu pula dengan variabel kepuasan atau

customer satisfaction berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peneliti lain melakukan penelitian yang berjudul “ *The Influence of Service Quality and Price on Alfamart Customer Loyalty with Customer Satisfaction As Mediation Variables* “ (Titin Herawaty et al., n.d.) dari hasil penelitian tersebut menunjukkan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan harga secara parsial tidak berdampak secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Tapi jika diuji secara simultan kualitas pelayanan dan harga berdampak positif atau signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Sedangkan penelitian lain dengan judul “ Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pengguna Irian Card (I-Card) Pada Irian Dept Store & Supermarket Medan Marelan “ (Siregar, et all 2020). Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan untuk variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun juga variabel kepercayaan dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena dan juga research gap yang sudah didapatkan dari penelitian sebelumnya, maka penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN,**

KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO SEKIP MAKMUR PALEMBANG”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang secara simultan ?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang Pada Toko Sekip Makmur Palembang secara parsial ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Sekip Makmur di Palembang merupakan objek penelitian yang di bahas dalam penelitian ini
2. Variabel yang dibahas dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara simultan pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang.
2. Untuk menguji secara persial pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Sekip Makmur Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis (Manfaat Teoritis)
Penelitian ini dapat menambah dan memperluas pengetahuan serta pengalaman peneliti dalam mengetahui informasi mengenai pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Bagi Perusahaan (Manfaat Praktis)
Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memberikan kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan sehingga nantinya bisa memberikan rekomendasi atau tanggapan positif terhadap pengalaman belanjanya.
3. Bagi Pembaca (Manfaat Teoritis)
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca yang akan meneliti tentang pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Loyalitas Pelanggan.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Penulis akan membahas mengenai tujuan pustaka yang terdiri dari landasan teori yang berisikan pengertian pengaruh kepuasan pelanggan dan indikator, kepercayaan dan indikator, kualitas pelayanan dan indikator, harga dan indikator, loyalitas pelanggan dan indikator, penelitian sebelumnya yang menjelaskan persamaan dan perbedaannya, dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Peneliti akan membahas metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, Teknik pengambilan sampel, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penulis akan membahas mengenai gambaran umum dari objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis akan membahas kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran atau rekomendasi untuk penelitian selanjutnya maupun beberapa pihak yang mungkin memerlukan data maupun hasil yang diharapkan.





DAFTAR PUSTAKA

- Danurdara, A. B. (2021). A Study of Service Quality on Customer Satisfaction and its Impact on Customer Loyalty : The Case of Food and Beverage Industry in Bandung. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 9106–9112
- Hutagaol, D. C., & Erdiansyah, R. (2020). The Effect of Service Quality, Price, Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Air Asia Customers. *Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019)*, 439, 356–363. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.063>
- Indajang, K., Candra, V., Sianipar, M. Y., Sembiring, L. D., & Simatupang, S. (2023). The Effect of Service Quality and Price on Customer Satisfaction. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(3), 942–950. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.3090>
- Jayasinghe, I. (2016). *Customer Decision Making Criteria and the Importance of Price*. Stax Inc. <https://medium.com/stax-insights/consumer-decision-making-criteria-and-the-importance-of-price-1783d5589a8e>
- Josua, F., Alwie, A. F., & Hendriani, S. (2017). The Effect of E-Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty of Traveloka in Pekanbaru. *An International Journal Of Economics, Business and Aplications*, 2(1), 9–22.
- Laely, Nur. 2016. Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *JMM17: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 3(02).
- Leninkumar, V. (2017). The Relationship between Customer Satisfaction and Customer Trust on Customer Loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i4/2821>
- Ma'ruf, K. (2021). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M. Isa. *Intternational Journal of Marketing & Human Resorce Rersearch*, 2(2), 89–97. http://140.116.249.155/file.php/66423/CB_Final-Telecom_in_Vietnam.pdf
- Madistriyatno, H., & Nurzaman, F. (2020). The Impact of Product Quality and Price on Consumer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama Pamanukan. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 23(2), 639–643. <https://ijpsat.es/index.php/ijpsat/article/view/2410>

- Nalendra, Aloysius Rangga Aditya. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan 57 Im3 Madiun). *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 281-288.
- N.P.S. Supertini, N. L. W. S. T. N. N. Y. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PUSAKA KEBAYA DI SINGARAJA. *Prospek : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2 No 1(Juli 2020), 61-73.
- Okolie, U. C., & Udom, I. D. (2022). Service Quality Delivery And Its Impact On Customer Satisfaction: A Study Of Banks In Benin City, Edo State, Nigeria. *Indonesian Journal Of Digital Business*, 2(1), 28-37.
- Patel, N. (2022). *Customer Satisfaction: Benefits, Examples & Importance*. Neilpatel.Com. <https://neilpatel.com/blog/benefits-and-importance-of-customer-satisfaction/>
- Premayani, Ni Wayan Wina dan Gede Agus Dian Maha Yoga. "Pengaruh Kewajara Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Wina Rumah Kebaya. "Widya Manajemen 1.2 (2019): 113-157.
- Sugiono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan-1). Alfabeta
- Titin Herawaty, M., Rahman, A., Rohimah, L., Ivan Taruna, H., Dwi Styaningrum, E., & Suleman, D. (n.d.). *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL AND MANAGEMENT STUDIES (IJOSMAS) The Influence of Service Quality and Price on Alfamart Consumer Loyalty with Customer Satisfaction As Mediation Variables*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). Service Quality & Satisfaction Service Quality and Satisfaction (Edisi-3). Andi
- Umar, 2018. Metode Riset Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo, P., Krisnanti, M., Zaman, K., Hendriawan, A., & Manan, A. (2022). Procedia of Social Sciences and Humanities The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Masagung Workshop During a Pandemic Covid 19. *Procedia of Social Sciences and Humanities Proceedings of the 1st SENARA*, 0672(c), 395-403
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect of Price and Product Quality Towards Customer Satisfaction and Customer Loyalty on Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2(1), 1-9. <https://rpajournals.com/ithj>; <https://rpajournals.com/ithj>

Wirakananda, I. M. P., & Sunaryo. (2021). The Effect Of Service Quality Towards Customer Satisfaction And Revisit Intention At Warunk Upnormal Pahlawan Trip In Kota Malang (A Study On Students of Universitas Brawijaya)

