

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN ABON SAPI GLORIA
(Studi Kasus Pada Masyarakat Boyolali)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1



Disusun Oleh:

KOKO WIJANARKO
B 100 120 090

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2016

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN ABON SAPI GLORIA
(Studi Kasus Pada Masyarakat Boyolali)**

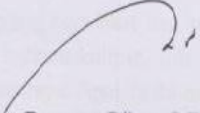
Yang ditulis oleh

KOKO WIJANARKO
B 100 120 090

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juli 2016

Pembimbing Utama


Basworo Diby, S.E., M.Si.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Triyono, SE. M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : KOKO WIJANARKO
NIRM : 12.6.106.02016.50090
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN ABON SAPI GLORIA (Studi
Kasus Pada Masyarakat Boyolali)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, JULI 2016

Yang membuat pernyataan,

KOKO WIJANARKO

MOTTO

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan),
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,
dan hanya kepada tuhanlah hendaknya kamu berharap”*

(QS. Al-Insyirah : 5-8)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur Alhamdulillah karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

- Robbul 'alamin, Allah SWT.
- Bapak Ibu tercinta yang telah merawat dan membesarkanku dengan kasih sayang, semoga kelak aku bisa membuat beliau tersenyum bangga padaku, dan atas segala do'a yang mengiringi langkah-langkahku
- Eyang kakung dan putri yang selalu mendukung.
- Semua pihak yang selalu mendukungku, dan memberikanku semangat.
- Almamaterku

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas hidayah, rahmat dan karunia-Nya penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini banyak memperoleh bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, oleh itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Bambang Setiaji, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Triyono, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Anton A. Setyawan, MM, selaku Ketua Jurusan yang telah banyak memberikan petunjuk dan pengarahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Wuryaningsih Dwi Lestari, Dra., MM. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan pengarahan dan nasehat selama masa kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Basworo Dibyo, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal, ilmu, bimbingan, dan membantu kelancaran penulis selama studi.

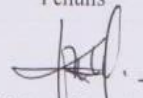
7. Bapak Ibu yang memberikan dorongan, doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih atas kasih sayangnya dan pengorbanan yang telah diberikan serta maaf jika ananda belum bisa membalasnya, semoga ini bisa memberi sedikit kebanggaan dan kebahagiaan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi perkembangan ilmu manajemen, maka penulis dengan senang menerima segala kritik serta saran yang sifatnya membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Boyolali, Agustus 2016

Penulis



Koko Wijanarko

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	7
B. Kepuasan Konsumen	9

	C. Loyalitas Konsumen	11
	D. Keputusan Pembelian	14
	B. Penelitian Terdahulu	17
	C. Kerangka Pemikiran	20
	D. Hipotesis	21
BAB	III	METODE PENELITIAN
	A. Jenis Penelitian	22
	B. Variabel Penelitian	22
	C. Populasi dan Sampel	23
	D. Jenis dan Sumber Data	24
	1. Jenis Data	24
	2. Sumber Data	24
	E. Metode Pengumpulan Data	25
	F. Definisi Operasional Variabel	25
	G. Metode Analisis Data	26
	1. Uji Instrumen Penelitian	27
	2. Analisis Regresi Linear Berganda	28
	3. Uji Goodness Fit	29
	4. Asumsi Klasik	31
BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	35
	1. Sejarah	35
	2. Visi dan Misi	35

	B. Hasil Analisis Data	36
	1. Deskripsi Responden.....	36
	2. Deskripsi Data	39
	3. Uji Instrumen.....	40
	4. Pengujian Asumsi Klasik	43
	5. Pengujian Hipotesis	45
	C. Pembahasan	52
BAB	V	PENUTUP
	A. Kesimpulan.....	57
	B. Keterbatasan Penelitian	58
	C. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel	26
Tabel III.2 Pedoman Menentukan Keputusan Autokorelasi	34
Tabel IV.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	35
Tabel IV.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	36
Tabel IV.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel IV.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	37
Tabel IV.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	37
Tabel IV.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Penghasilan	38
Tabel IV.7 Deskripsi Data Penelitian	38
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Kerja	39
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	40
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel IV.12 Hasil Pengujian Normalitas	42
Tabel IV.13 Hasil Pengujian Multikolinearitas	43
Tabel IV.14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	43
Tabel IV.15 Hasil Pengujian Autokorelasi	44
Tabel IV.16 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	15
Gambar II.2 Model Penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Hasil Uji Deskriptif
- Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 8 Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%
- Lampiran 9 Distribusi Nilai t_{tabel}
- Lampiran 10 Distribusi Tabel Nilai $F_{0,05}$
- Lampiran 11 Distribusi Tabel Durbin Watson

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian abon sapi GLORIA; 2) Menganalisis pengaruh loyalitas konsumen terhadap pembelian abon sapi GLORIA; 3) Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen terhadap pembelian abon sapi GLORIA; dan 4) Menganalisis variabel-variabel independen yang terdiri dari kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen, yang paling berpengaruh terhadap pembelian abon sapi GLORIA di kota Boyolali.

Penelitian ini merupakan penelitian survey. Populasi penelitian adalah semua konsumen abon sapi GLORIA, sampel berjumlah 100 orang dengan teknik purposive sampling, pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yaitu konsumen yang berdomisili di Boyolali. Metode analisis data: 1) uji instrumen penelitian, yaitu uji validitas dan reliabilitas, 2) Uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, 3) Uji regresi linear berganda, 4) Uji *Godness of Fit*, yaitu uji t, uji F dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, artinya semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi keputusan pembelian berikutnya, dan sebaliknya semakin rendah tingkat kepuasan konsumen maka semakin rendah keputusan pembelian kembali. 2) Loyalitas konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, artinya semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen maka semakin tinggi keputusan pembelian berikutnya, dan sebaliknya semakin rendah tingkat loyalitas konsumen maka semakin rendah keputusan pembelian kembali. 3) Kepuasan dan loyalitas konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali, artinya secara bersama-sama kepuasan dan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kembali.

Kata Kunci: Kepuasan, Loyalitas, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study were: 1) to analyze the influence of consumer satisfaction of consumers to purchase abon GLORIA; 2) to analyze the influence of consumer loyalty of consumers to purchase abon GLORIA; 3) Analyze the effects of customer satisfaction and customer loyalty to purchase abon GLORIA; and 4) to analyze the independent variables consisting of customer satisfaction and loyalty, the most influence on the purchase abon GLORIA in the town of Boyolali.

This research is a survey. The study population is all consumers abon GLORIA, a sample of 100 people by using purposive sampling, sampling with certain criteria, namely the consumers who are domiciled in Boyolali. Data analysis methods: 1) test the research instrument, namely the validity and reliability, 2) test the classic assumption, namely normality test, multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation, 3) Uji

multiple linear regression, 4) Test Godness of Fit, that the *t* test, *F* test and the coefficient of determination (*R*²).

The results showed: 1) Customer satisfaction significant positive effect on consumer purchasing decisions, meaning that the higher level of customer satisfaction, the higher the subsequent purchasing decisions, and conversely the lower the level of customer satisfaction, the lower the purchasing decision back. 2) Consumer loyalty significant positive effect on repurchase decisions, meaning that the higher level of consumer loyalty, the higher the subsequent purchasing decisions, and conversely the lower the level of consumer loyalty, the lower the purchasing decision back. 3) satisfaction and customer loyalty significantly influence the purchasing decision back, meaning jointly satisfaction and loyalty significantly influence the purchasing decision back.

Keywords: Satisfaction, Loyalty, Purchasing Decisions.