

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN VARIETY SEEKING SEBAGAI VARIABEL
MODERASI**



SKRIPSI

Skripsi ini Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

HARYO BISMO PUTRO

B100 060 033

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia industri merupakan salah satu dampak timbulnya ekonomi global. Hal ini menuntut para pelaku bisnis selalu berusaha menciptakan suatu keunggulan agar perusahaannya tetap *survive*. Untuk itu yang perlu dilakukan adalah sedapat mungkin mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan merebut pelanggan dari perusahaan lain. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler et al, 2000: 60). Dengan kata lain, perusahaan harus mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Dalam hal mempertahankan loyalitas pelanggan, perlu adanya strategi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, diantaranya adalah dengan memberikan produk yang menarik, harga yang terjangkau, hingga pelayanan yang memuaskan. Membangun dan mengembangkan kesetiaan pelanggan merupakan strategi yang tidak kalah penting lainnya daripada strategi harga. Pelanggan yang loyal atau setia akan selalu melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan ke konsumen lain yang potensial dari mulut ke mulut (Evan dan Laskin,1994). Semua itu dilakukan dengan tujuan untuk memuaskan pelanggan dan diharapkan mereka akan melakukan transaksi kembali di waktu mendatang.

Kepuasan yang dirasakan Pelanggan setelah membeli suatu Produk, kemudian akan menimbulkan persepsi dalam mengevaluasi produk tersebut. Penilaian tersebut memberi

masukannya kepada pelanggan dalam membandingkan produk-produk lain yang terdapat di pasaran. Apabila produk yang dibeli sesuai dengan harapan, pelanggan akan melakukan pembelian kembali terhadap produk yang sama, sehingga dari proses evaluasi ini akan menghasilkan loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan terhadap suatu merek merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi persaingan yang semakin kuat seperti sekarang ini. Loyalitas merek terbentuk melalui proses dimana melalui pengalamannya berusaha mencari merek yang paling sesuai dengan harapan dan kebutuhannya. Kesetiaan atau loyalitas yang diperoleh dari pelanggan disebabkan karena adanya pencarian Pelanggan dalam mencari keragaman produk (*variety seeking of product*) yang sesuai dengan kebutuhannya. Dalam hal memperoleh kebutuhan yang sesuai, pelanggan akan melakukan pencarian produk yang lain hingga melakukan perpindahan merek.

Sebelum melakukan pencarian keragaman (*variety seeking*) terhadap suatu produk, pelanggan biasanya merasa jenuh atau belum sesuai dengan keinginannya. Pelanggan yang belum terpenuhi kepuasan atas produk yang diinginkannya, maka pencarian & perpindahan produk pun dilakukan demi mendapatkan produk yang sesuai. Pencarian terhadap keragaman suatu produk akan terus dilakukan pada titik dimana pelanggan tersebut merasakan kepuasan, sehingga melakukan transaksi pada produk yang sama di masa mendatang, yang kemudian menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap suatu merek.

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara kepuasan Pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan, dan apakah pencarian keragaman (*variety seeking*) tersebut mempengaruhi Kepuasan pelanggan terhadap loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul "**PENGARUH**

**KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
VARIETY SEEKING SEBAGAI VARIABEL MODERASI ".**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?
2. Apakah variabel *variety seeking* memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan?

C. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan penelitian tidak melebar, maka peneliti membatasi penelitian ini, yaitu :

1. Peneliti hanya membahas kepuasan dan loyalitas pelanggan dengan *variety seeking* sebagai variabel moderasi.
2. Produk yang dianalisis hanya Produk pasta gigi.
3. Responden hanya terbatas pada Pelajar yang berstatus Mahasiswa.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Untuk mengetahui variabel *variety seeking* memoderasi pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang akan dilakukan ini akan memberikan manfaat baik praktis atau pun teoritis :

1. Manfaat Praktis.

Setelah tercapainya tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat

menjadi bahan masukan untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan pemikiran dalam menentukan kebijakan-kebijakan khususnya dalam bidang pemasaran, agar dalam pemasarannya dapat lebih meningkatkan kualitas serta atribut yang dimiliki produk tersebut demi memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Teoritis.

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan menambah wawasan dalam memahami perilaku pelanggan mencari keragaman produk (*variety seeking*). Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang didapat semasa kuliah dengan dunia nyata.

F. SISTEMATIKA SKRIPSI

Skripsi ini terdiri dari lima bab, gambaran pembahasan masing-masing bab adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dibahas tentang definisi kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *attitude loyalty*, *behavior loyalty*, dan *variety seeking* beserta modelnya, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, *variety seeking* memoderasi pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, serta model penelitian dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel, jenis data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang data yang diperoleh analisa data, hasil analisa dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan pokok analisa yang mencoba untuk menarik kesimpulan dan isi penelitian secara singkat, keterbatasan dalam penelitian, serta memberikan saran-saran yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.