PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA F1 LOGIX INDONESIA

SKRIPSI

Oleh:

Stevi Uli

201810325230

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada F1 Logix Indonesia.
Nama Mahasiswa	:	Stevi Uli
Nomor Pokok Mahasiswa	:	201810325230
Program Studi/Fakultas	:	Manajemen/Ekonomi & Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	11 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENYETUJUI

Pembimbing,

Agus Dharmanto, S.E., M.M

NIDN 0305087310

Scanned with CamScanner
Pengaruh Kualitas.., Stevi Uli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada F1 Logix Indonesia
Nama Mahasiswa	: Stevi Uli
Nomor Pokok Mahasiswa	: 201810325230
Program Studi/Fakultas	: Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 11 Juli 2022

Jakarta, 19 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji	: Widi Winarso, S.E., M.M NIDN: 0319067606	.....
Penguji	: Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M NIDN: 0319079101	.....
Penguji II	: Agus Dharmanto, S.E., M.M NIDN: 0305087310	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Manajemen	Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dr. Hadita, S.Pd., M.M	Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN : 0329048302	NIDN : 0318107101

Scanned with CamScanner
Pengaruh Kualitas.., Stevi Uli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "***Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan F1 Logix Indonesia***" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengijinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 19 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,

Stevi Uli

201810325230

Scanned with CamScanner
Pengaruh Kualitas.., Stevi Uli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

ABSTRAK

Stevi Uli. 201810325230. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada perusahaan F1 Logix Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk megetahui pengaruh kualitas pelayanan, komunikasi pemasaran dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini variabel independen yang dipakai merupakan variabel kualitas pelayanan, variabel komunikasi pemasaran dan variabel kepercayaan konsumen dengan variabel dependennya adalah variabel loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen perusahaan F1 Logix Indonesia sebagai penunjang data primer. Populasi yang diambil untuk kebutuhan pengumpulan data adalah konsumen perusahaan F1 Logix Indonesia yang langsung berkomunikasi dengan karyawan perusahaan F1 Logix Indonesia untuk kegiatan jual-beli. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah teknik sampel jenuh, yang mana sampel yang diambil merupakan semua anggota populasi. Penelitian ini menggunakan alat analasis data *SmartPLS* 3.0. Hasil yang didapatkan adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan komunikasi pemasaran tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, komunikasi pemasaran, kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Stevi Uli. 201810325230. *The Influence of Service Quality, Marketing Communication and Consumer Trust on Customer Loyalty in F1 Logix Indonesia Company.*

This study aims to determine the effect of service quality, marketing communication and consumer trust on customer loyalty. In this study the independent variables used are service quality variables, marketing communication variables and consumer trust variables with the dependent variable being the customer loyalty variable. The research method used is a quantitative method by distributing questionnaires to consumers of the F1 Logix Indonesia company as primary data support. The population taken for data collection needs is F1 Logix Indonesia's company consumers who directly communicate with employees of Logix Indonesia's F1 company for buying and selling activities. The sampling technique used is the saturated sample technique, in which the samples taken are all members of the population. This research uses the SmartPLS 3.0 data analysis tool. The results obtained are service quality and consumer trust have a positive and significant effect on customer loyalty, while marketing communication does not have a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords : Service Quality, Marketing Communication, Consumer Trust, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa sebab atas hikmah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada F1 Logix Indonesia serta atas dukungan moral, informasi dan materi penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr.Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Bapak Agus Dharmanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya dengan sangat sabar dan penuh keikhlasan untuk memberikan pengarahan, bimbingan, saran dan kritik yang membangun kepada penulis selama proses pembuatan skrips ini berlangsung hingga selesai.
6. Bapak Widi Winarso, S.E., M.M selaku Ketua Penguji yang telah banyak meluangkan waktunya untuk menguji dan menilai penelitian ini serta memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta kritik yang membangun kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung hingga selesai.
7. Ibu Rycha Kuwara Sari, S.E., M.M selaku Dosen Penguji yang telah banyak meluangkan waktunya untuk menguji dan menilai penelitian ini serta memberikan pengarahan, bimbingan, saran serta kritik yang membangun kepada penulis selama proses pembuatan skripsi ini berlangsung hingga selesai.

Scanned with CamScanner
Pengaruh Kualitas.., Stevi Uli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

8. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas 8A-4 yang sudah mendukung selama perkuliahan.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta para staff Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu serta pengarahannya.
10. Kedua orangtua penulis Armas Siahaan dan Ploria Hutauruk. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini, sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita.
11. Saudara-saudara yang menjadi panutan bagi penulis, kakak perempuan penulis Yuniarti Siahaan dan kakak laki-laki penulis Sugi Stefanus. Terima kasih telah percaya dan mendukung pada mimpi-mimpi penulis.
12. Rekan kerja di F1 Logix Indonesia yang telah membantu dalam penyusunan skripsi.
13. Sahabat Putri Wardah & Risma Annis Anggraeni yang telah banyak memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah dibuat belum sempurna. Baik itu dari bahasa yang digunakan maupun dari teknik penyajiannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis kritik dan saran dari pembaca sekalian diharapkan demi perbaikan skripsi ini kedepannya. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat yang sangat berarti kepada pembaca terlebih untuk dapat memajukan ilmu pengetahuan bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 15 Juli 2022

Stevi Uli

Scanned with CamScanner
Pengaruh Kualitas.., Stevi Uli, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 5

1.3. Tujuan Penelitian 5

1.4. Manfaat Penelitian 6

1.5. Batasan Masalah 6

1.6. Sistematika Penulisan 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8

2.1. Literatur Penelitian 8

2.1.1. Kualitas pelayanan 8

2.1.2. Komunikasi pemasaran 10

2.1.3. Kepercayaan konsumen 14

2.1.4. Loyalitas pelanggan 15

2.2. Model Konseptual Penelitian 18
2.2.1. Penelitian terdahulu 18
2.2.2. Kerangka konseptual 33
2.2.3. Hipotesis 33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 35
3.1. Desain Penelitian 35
3.2. Tahapan Penelitian 35
3.3. Model Konseptual Penelitian 37
3.4. Operasionalisasi Variabel 38
3.5. Waktu dan Tempat Penelitian 40
3.6. Metode Pengambilan Sampel 40
3.6.1. Populasi 40
3.6.2. Teknik pengambilan sampel 41
3.7. Metode Analisis Data 41
3.7.1. Uji *outer model* 42
3.7.2. Uji *inner model* 43
3.7.3. Uji hipotesis 44
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 45
4.1. Profil Perusahaan 45
4.1.1. Sejarah singkat perusahaan 45
4.1.2. Visi perusahaan 46
4.1.3. Misi perusahaan 46
4.1.4. Struktur organisasi perusahaan 46
4.2. Deskripsi Data 47
4.2.1. Penyebaran kuesioner 48
4.2.2. Identitas responden 48

4.3. Analisis Data 52
4.3.1. Hasil analisis model pengukuran (*outer model*)..... 53
4.3.2. Hasil analisis model struktural (*inner model*) 64
4.3.3. Pengujian hipotesis 67
4.3.4. Pembahasan..... 70
BAB V PENUTUP..... 72
5.1. Kesimpulan..... 72
5.2. Implikasi Manajerial..... 73
DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian 33

Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian 37

Gambar 4.3 Struktur Organisasi..... 47

Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49

Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Usia..... 50

Gambar 4.6 Diagram Responden Berdasarkan Status Pekerjaan..... 51

Gambar 4.7 Diagram Responden Berdasarkan Pembelian 52

Gambar 4.8 Model Awal Penelitian..... 53

Gambar 4.9 Outer Model 54

Gambar 4.10 Inner Model..... 65

Gambar 4.11 Hasil Bootsrapping..... 68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Ulasan Pelayanan F1 Logix Indonesia Periode 2022 2

Tabel 1.2 Data Customer F1 Logix Indonesia Periode 2021 4

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 18

Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel..... 38

Tabel 3.5 Skala Penilaian Likert 42

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 49

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan 50

Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian 51

Tabel 4.10 Hasil Outer Loading Variabel Kualitas Pelayanan 55

Tabel 4.11 Hasil Outer Loading Variabel Komunikasi Pemasaran 56

Tabel 4.12 Hasil Outer Loading Variabel Kepercayaan Konsumen..... 56

Tabel 4.13 Hasil Outer Loading Variabel Loyalitas Pelanggan 57

Tabel 4.14 Hasil Cross Loading Variabel Kualitas Pelayanan 58

Tabel 4.15 Hasil Cross Loading Variabel Komunikasi Pemasaran 59

Tabel 4.16 Hasil Cross Loading Variabel Kepercayaan Konsumen..... 59

Tabel 4.17 Hasil Cross Loading Variabel Loyalitas Pelanggan 60

Tabel 4.18 Nilai AVE 61

Tabel 4.19 Hasil Composite Reliability Variabel Kualitas Pelayanan 61

Tabel 4.20 Hasil Composite Reliability Variabel Komunikasi Pemasaran 62

Tabel 4.21 Hasil Composite Reliability Variabel Kepercayaan Konsumen 62

Tabel 4.22 Hasil Composite Reliability Variabel Loyalitas Pelanggan..... 62

Tabel 4.23 Hasil Cronbach's Alpha Variabel Kualitas Pelayanan 63

Tabel 4.24 Hasil Cronbach's Alpha Variabel Komunikasi Pemasaran 63

Tabel 4.25 Hasil Cronbach's Alpha Variabel Kepercayaan Konsumen 63

Tabel 4.26 Hasil Cronbach's Alpha Variabel Loyalitas Pelanggan..... 64

Tabel 4.27 Nilai R-Square (R^2)..... 65

Tabel 4.28 Nilai Q-Square (Q^2) 66

Tabel 4.29 Nilai F-Square (F^2)..... 67

Tabel 4.30 Hasil Uji Hipotesis (Parsial) 68

Tabel 4.31 Hasil Uji Hipotesis (Simultan)..... 69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Daftar Pernyataan Kuesioner

Lampiran 5 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 6 Hasil Uji SmartPLS 3.0

Lampiran 7 Surat Keterangan Riset Perusahaan

Lampiran 8 Kartu Konsultasi Bimbingan

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Pustaka