

**FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN  
PADA PT. BPR KARTASURA MAKMUR**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan  
guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada program studi S1  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret**

**Disusun oleh:**

**YULDHIANTO DWI AKBAR**  
**F1211094**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA**

**2013**

*commit to user*

**ABSTRAK****FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK LOYALITAS PELANGGAN PADA  
PT. BPR KARTASURA MAKMUR**

**YULDHianto DWI AKBAR**  
F1211094

Persaingan dunia perbankan semakin kompetitif. Menciptakan loyalitas pelanggan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan atau memperluas pangsa pasar, melalui faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan, diantaranya adalah kualitas layanan, persepsi nilai, kepuasan pelanggan dan komitmen pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi nilai, kepuasan pelanggan, serta komitmen terhadap loyalitas pelanggan. Secara spesifik menjelaskan dimensi-dimensi yang membentuk loyalitas pelanggan.

Data dikumpulkan melalui survey dengan memberikan kuesioner kepada responden. Sampel terdiri dari 180 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Analisis SEM AMOS 18 merupakan alat statistik yang dipilih untuk menjelaskan hubungan variabel yang dihipotesiskan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan komitmen pelanggan, kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta komitmen pelanggan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci : Kualitas pelayanan, Persepsi nilai, Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan**

**ABSTRACT****THE DETERMINING FACTORS OF CUSTOMER LOYALTY****ON PT. BPR KARTASURA MAKMUR****YULDHIANTO DWI AKBAR****F1211094**

*Increasingly competitive world of banking competition. Creating customer loyalty is one way to gain or expand market share, through the forming factors of customer loyalty, including anadalah service quality, perceived value, customer satisfaction and customer commitment.*

*The purpose of this study is to examine the influence of perceived service quality, perceived value, customer satisfaction, commitment to customer loyalty. Specifically, It explains the dimensions that from customer loyalty.*

*Data are gathered through surveys by questionnaires to the respondent. Sample consists of 180 respondents that collected by census sampling method. SEM AMOS 18 is statistical tool that is selected to explain the relationship of variables that are hypothesized.*

*Result shows that perceived service quality has significant effect on customer satisfaction, perceived value has significant effect on customer satisfaction and commitment, customer satisfaction has significant effect on customer loyalty, and commitment has significant effect on customer loyalty.*

***Keywords : perceived service quality, perceived value, customer satisfaction, commitment, and customer loyalty***

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

**“Faktor-faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan  
Pada PT. BPR Kartasura Makmur”**

Surakarta, 7 Oktober 2013

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Soemarjati Tjokroamidjojo, M.M

NIP. 195108091985032001

**HALAMAN PENGESAHAN**

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelas Sarjana Ekonomi

Surakarta, 7 November 2013

Tim Penguji Skripsi:

1. **Drs. Dwi Hastjarja KB, MM** sebagai Ketua (.....)  
NIP. 19550505 198503 1 001
2. **Dra. Soemariati Ti, M.M** sebagai Pembimbing (.....)  
NIP. 19600904 198601 1 001
3. **Amina Sukma Dewi,S.E.,M.Sc** sebagai Anggota (.....)  
NIP. 19771207 200812 2 002

## HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Kesuksesan tidak dapat diraih dengan sekejap mata, tapi dengan perjuangan tak pernah henti.  
(Penulis)
- Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat bagi orang yang khusu', yaitu orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya Dan mereka akan kembali pada Tuhannya.  
(Q.S Al Baqoroh : 45 – 46 )
- Hidup adalah perjuangan, teruslah berjuang selama nafas masih berhembus.  
(Penulis)
- Lakukan yang terbaik apa yang bias kita lakukan, jangan pernah bermain-main dengan waktu dan hanya kepada Allah kita berserahdiri.  
(Penulis)

Karyasederhanainikupersembahkanuntuk:

- BapakdanIbukutercinta
- KakakdanAdikkutersayang
- Teman – temanku
- Almamaterku

*commit to user*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Alhamdulillah wasyukurillah, pujisyukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Faktor-faktor Pembentuk Loyalitas Pelanggan Pada PT. BPR KartasuraMakmur”**.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Wisnu Untoro, M.S., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Drs. Wiyono, M.M., selaku Sekretaris Jurusan S1 Transfer Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
3. Drs. Harmadi, M.M., selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
4. Drs. Wiyono, M.M., selaku Sekretaris Jurusan S1 Transfer Manajemen yang telah membimbing penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

*commit to user*

5. Dra. SoemarjatiTjokroamidjojo, M.M selaku Pembimbing Skripsi yang telah membimbing dengan kesabaranserta member saran hingga selesainya penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan yang telah membantu selama menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
7. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, khususnya Jurusan S1 Transfer Manajemen angkatan 2011 yang telah menjadi kawan berjuang.
8. Semua pihak yang telah membantu demi terlaksananya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwas kripsi ini masih belum sempurna. Untuk itu saran dankritik dari pembaca penulis harapkan demi perbaikan penelitianini. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingandan yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Surakarta, Oktober 2013

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRAK .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB IPENDAHULUAN</b>	
A. LatarBelakang .....	1
B. RumusanMasalah .....	6
C. TujuanPenelitian .....	6
D. ManfaatPenelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	
A. PembahasanTeori .....	8
1. KualitasPelayanan .....	8
2. KepuasanPelanggan .....	14
3. PersepsiNilai .....	21
4. KomitmenPelanggan .....	24

*commit to user*

5. LoyalitasPelanggan.....	26
B. PenelitianTerdahulu .....	33
C. KerangkaPemikiran.....	35
D. Hipotesis .....	36

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. DesainPenelitian.....	42
B. PopulasidanSampel.....	43
C. InstrumenPenelitian .....	45
D. Sumber Data.....	45
E. OperasionalisasiVariabel.....	46
1. IdentifikasiVariabel.....	46
2. DefinisiOperasionaldanPengukuranVariabel.....	46
F. TeknikAnalisis Data .....	48
1. AnalisisDeskriptif.....	48
2. UjiValiditas.....	48
3. UjiReliabilitas.....	48
G. Estimasi dan Pengujian Model Struktural.....	49
1. AsumsiKecukupanSampel.....	49
2. AsumsiNormalitas.....	50
3. Asumsi <i>Outlier</i> .....	51
4. EvaluasiAtasKriteria <i>Goodnes of Fit</i> .....	51

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. AnalisisDeskriptif .....	54
-----------------------------	----

B. Pengujian Instrumen Penelitian .....	59
1. Uji Validitas .....	59
2. Uji Reliabilitas .....	61
C. Uji Asumsi Model .....	62
1. Uji Normalitas .....	62
2. Evaluasi <i>Outlier</i> .....	65
D. Uji Hipotesis .....	54
1. Analisis Kesesuaian Model .....	67
2. Analisis Koefisien Jalur .....	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	73
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	78
B. Keterbatasan Penelitian .....	80
C. Saran .....	81
1. Implikasi Manajerial .....	81
2. Agenda Penelitian Mendatang .....	83
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN	

**DAFTAR GAMBAR**

II. 1 Model Penelitian..... 36

IV. 1 Analisis Pengaruh Langsung ..... 73



## DAFTAR TABEL

III. 1 Definisi Operasional Variabel.....	47
III. 2 <i>Goodness-of-fit Indices</i> .....	53
IV. 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
IV. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	56
IV. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	57
IV. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
IV. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
IV. 6 KMO and Bartlett's Test.....	59
IV. 7 Hasil Uji Validitas Sebelum Modifikasi.....	60
IV. 8 Hasil Uji Validitas Setelah Modifikasi.....	61
IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
IV.10 Hasil Uji Normalitas.....	64
IV.11 Jarak Mahalanobis Data Penelitian.....	66
IV.12 Hasil <i>Goodness-of-Fit Model</i> Sebelum Modifikasi.....	67
IV.13 Hasil <i>Goodness-of-Fit Model</i> Setelah Modifikasi.....	69
IV.14 Regression Weights.....	70
IV.15 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	71