

EFEK MEDIASI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (SURVEI PADA KONSUMEN DECATHLON SPORTS INDONESIA DI JAKARTA TIMUR)

DESYANA PRATIWI

8215161868



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

MEDIATION EFFECTS OF CONSUMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY, BRAND IMAGE AND CONSUMER TRUST ON CONSUMER LOYALTY (SURVEY ON CONSUMER DECATHLON SPORTS INDONESIA IN EAST JAKARTA)

DESYANA PRATIWI

8215161868



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

The thesis is prepared as one of the requirements to get a Bachelor of Management at the Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Desyana, 2022: Efek Mediasi Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Konsumen Decathlon *Sports* Indonesia Di Jakarta Timur)

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Mendeskripsikan kualitas layanan, citra merek, kepercayaan konsumen, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada konsumen Decathlon *Sports* Indonesia di Jakarta Timur, 2) Pengaruh kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen menjadi variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google* Formulir terhadap 240 responden. Data dianalisis menggunakan metode SEM LISREL 8.80. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen, pengaruh yang positif antara kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap kepuasan konsumen, pengaruh yang positif antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas, pengaruh yang positif antara kualitas layanan, citra merek dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

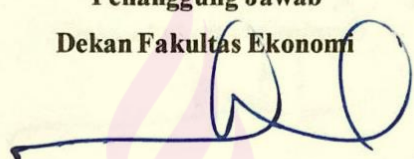






Desyana, 2022: *Effects of Consumer Satisfaction Mediation to Service Quality, Brand Image and Consumer Trust on Consumer Loyalty (Survey on Consumer of Decathlon Sports Indonesia in East Jakarta)*

The purpose of this study are: 1) To describe service quality, brand image, consumer trust, customer satisfaction and consumer loyalty to Decathlon Sports Indonesia consumers in East Jakarta, 2) The effect of service quality, brand image and consumer trust on consumer loyalty with consumer satisfaction as mediation variable. This research was conducted by distributing questionnaires via Google form to 240 respondents. The data were analyzed using the SEM LISREL 8.80 method. The results of this study indicate a positive influence between service quality, brand image and consumer trust on consumer loyalty, a positive influence between service quality, brand image and consumer trust on consumer satisfaction, a positive influence between customer satisfaction to customer loyalty, a positive influence between service quality, brand image and consumer trust to consumer loyalty with consumer satisfaction as mediation variable.

Keyword: *Service Quality, Brand Image, Consumer Trust, Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction*

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Dr. Ari Saptono., S.E., M.Pd. NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u> NIP. 197206272006041001 (Ketua)		18 Agustus 2022
2	<u>Ika Febrilia, S.E., M.M.</u> NIP.198702092015042001 (Sekretaris)	 	15 Agustus 2022
3	<u>Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D</u> NIP. 197412212008121001 (Penguji Ahli)		18 Agustus 2022
4	<u>Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.</u> NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 1)		16 Agustus 2022
5	<u>M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A.</u> NIP. 197201252002121002 (Pembimbing 2)		15 Agustus 2022
Nama : Desyana Pratiwi No. Registrasi : 8215161868 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 05 Agustus 2022			

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari mendapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juni 2022
Yang Membuat Pernyataan



Desyana Pratiwi
NIM. 8215161868

PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Desyana Pratiwi
NIM : 8215161868
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Manajemen
Alamat email : desyanapratiwi07@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Efek Mediasi Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Survey pada Konsumen Decathlon Sports Indonesia di Jakarta Timur)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juni 2022



(Desyana Pratiwi)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmah, karunia dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Efek Mediasi Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Layanan, Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Konsumen Decathlon *Sports* Indonesia Di Jakarta Timur)” dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof. Dr. Suherman, M.Si. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Kresnamurti Rivai, S.T. M.M. selaku dosen pembimbing I.
4. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing II.
5. Kedua orang tua dan Kakak-Kakak saya yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman seperjuangan S1 Manajemen A 2016 yang selalu siap membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman Perkumpulan Hoki Universitas Negeri Jakarta yang selalu mendoakan dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari masih banyaknya kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk penyempurnaan skripsi

ini. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya yang akan meneliti hal yang serupa.

Jakarta, 25 Agustus 2022

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kebaruan Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA DAN HIPOTESIS	13
2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1. Loyalitas Konsumen	13
2.1.2. Kualitas Layanan	14
2.1.3. Citra Merek	15
2.1.4. Kepercayaan Konsumen	17
2.1.5. Kepuasan Konsumen	17
2.2. <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	18

2.3	Perumusan Hipotesis	28
2.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	28
2.2.2	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.2.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.2.4	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	30
2.2.5	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	31
2.2.6	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen	31
2.2.7	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.2.8	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	32
2.2.9	Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	32
2.2.10	Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.1.1	Tempat Penelitian.....	34
3.1.2	Waktu penelitian	34
3.1.3	Objek Penelitian	34
3.2	Pendekatan Penelitian.....	34
3.3	Populasi dan Sampel.....	35
3.4	Penyusunan Instrumen.....	35
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	41

3.6.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	42
3.6.4 Uji Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Deskripsi Data	45
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	47
4.2.1 Variabel Kualitas Layanan.....	47
4.2.2 Variabel Citra Merek.....	48
4.2.3 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	49
4.2.4 Variabel Kepuasan Konsumen.....	50
4.2.5 Variabel Loyalitas Konsumen.....	51
4.3 Teknik Analisis Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	53
4.3.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	54
BAB V KESIMPULAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Implikasi	72
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
5.4 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Masyarakat yang Aktif Berolahraga per Bulan Tahun 2018	2
Gambar 1. 2 Penilaian Konsumen pada Decathlon Alam Sutra	5
Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 <i>Construct</i> Kualitas Layanan.....	54
Gambar 4. 2 <i>Construct</i> Citra Merek.....	56
Gambar 4. 3 <i>Construct</i> Kepercayaan Konsumen.....	57
Gambar 4. 4 <i>Construct</i> Kepuasan Konsumen.....	59
Gambar 4. 5 <i>Construct</i> Loyalitas Konsumen.....	60
Gambar 4. 6 <i>Full Model</i> SEM.....	62
Gambar 4. 7 Uji Hipotesis.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kebaruan Penelitian	10
Tabel 2. 1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 3. 2 Bobot Pertanyaan	41
Tabel 3. 3 Indeks Pengujian Kesesuaian Model	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan	47
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	48
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen	49
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen	51
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 11 Variabel Kualitas Layanan.....	55
Tabel 4. 12 Variabel Citra Merek	56
Tabel 4. 13 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	58
Tabel 4. 14 Variabel Kepuasan Konsumen.....	59
Tabel 4. 15 Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
Tabel 4. 16 Full Model SEM.....	62
Tabel 4. 17 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Output Reliabilitas.....	89
Lampiran 3 Output Deskripsi Data.....	94

