

**PENGARUH *TRUST* DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *FACIAL*
WASH NIVEA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
Ni Putu Reni Artika
NIM 2017041056**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2024

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Skripsi oleh Ni Putu Reni Artika
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 24 April 2024

Dewan Penguji



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



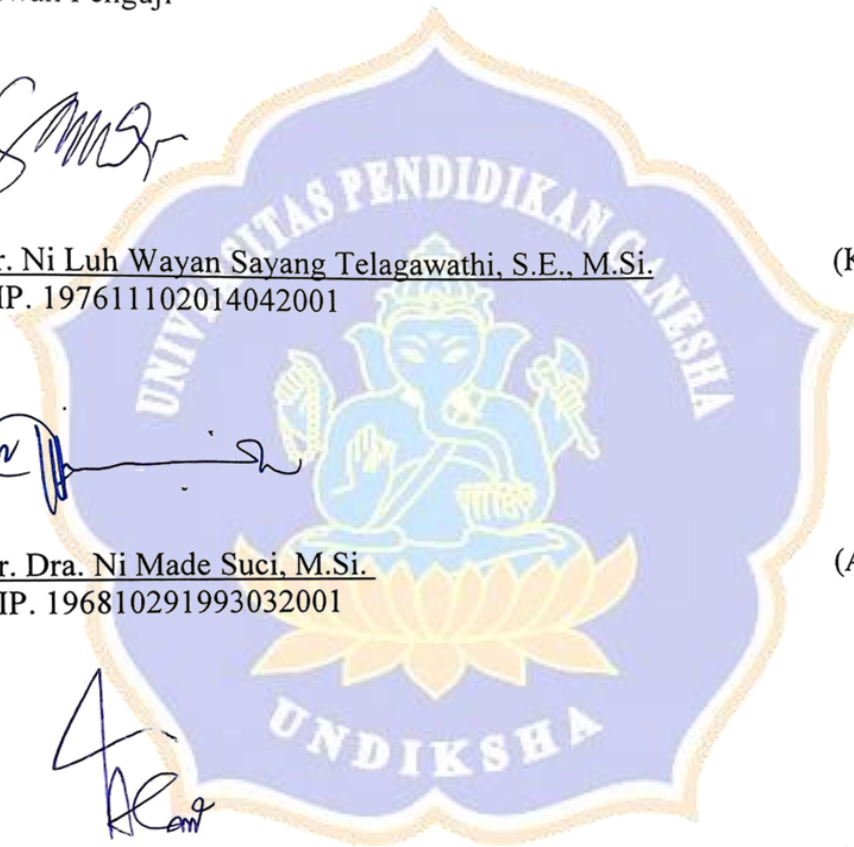
Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

(Anggota)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 24 April 2024

Mengetahui

Ketua Ujian, Sekretaris Ujian,


 


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 196810291993032001 NIP. 199106072020122017



Mengesahkan ,

Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr Gede Adi Xuniarta, S.E., Ak., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121003



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “**Pengaruh Trust dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Facial Wash Nivea Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha**” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 24 April 2024
Yang membuat pernyataan,



Ni Putu Reni Artika
NIM. 201704156

MOTTO

“Jaga terus impian-impian itu. Usaha dan kerja keras. Doa sebagai bentuk ikhlas. Kelak, berhasil atau tidak akan datang rasa puas”

~ Boy Candra ~



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadapan Ida Sang Hyang Wdih Wasa atas asung kerta wara nugraha dan kemudahan yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. dan Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., serta penguji Ibu Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M. yang dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi yang mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada keluarga tercinta Wayan Kerti (Ayah) dan Ni Ketut Armini (Ibu) serta adik untuk doa, dukungan, bimbingan, motivasi dan nasihat yang terus diberikan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, untuk cinta dan kasih sayang yang diberikan tidak pernah henti dan tergantikan.

Terima kasih untuk sahabat, teman-teman, kakak tingkat dan adik tingkat jurusan Manajemen, serta mahasiswa di lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha yang selalu memberikan dukungan dan kerja sama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih.

PRAKATA

Puji syukur penyusun panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Wdhi Wasa atas asung kerta wara nugraha-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Trust* dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *Facial Wash Nivea* pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lesmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk dan motivasi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Staf dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Bapak Wayan Kerti dan Ibu Ni Ketut Armini selaku orang tua yang telah memberikan doa, dukungan, dan motivasi baik moril maupun materil.

10. Untuk adikku I Komang Elsan Raditia, serta keluarga besar yang telah mendukung dan memberikan semangat serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Untuk Ayu Nirmala, Wanda Rismayani, Buda Purnayasa, Panji Pradiksa, Krisna Artha yang telah membantu penulis sejak awal masa perkuliahan hingga di akhir semester pada masa penyusunan skripsi berlangsung.
12. Mahasiswa di lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.
13. Mahasiswa di lingkungan Fakultas Ekonomi yang telah memberi dukungan dan motivasi selama penyusunan skripsi.
14. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung peneliti sejak awal perkuliahan dimulai hingga di akhir semester ini, dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, untuk kesempurnaan skripsi ini penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan serta di bidang pemasaran.

Singaraja, 13 Februari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
PRAKATA.....	8
DAFTAR ISI.....	888
DAFTAR TABEL.....	v8
DAFTAR GAMBAR.....	v88
DAFTAR LAMPIRAN.....	v888
ABSTRAK.....	x8
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1 Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.3 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	16
2.2 <i>Trust</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Trust</i>	17
2.2.2 Dimensi <i>Trust</i>	18
2.2.3 Indikator <i>Trust</i>	19
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	20

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
2.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	22
2.3.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	23
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	24
2.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.5.1 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.5.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	27
2.5.3 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	28
2.5.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Memediasi <i>Trust</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.6 Kerangka Berpikir	31
2.7 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian	33
3.2 Subjek Penelitian/Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3 Definisi Operasional Variabel	35
3.4 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	36
3.4.1 Metode Penelitian	36
3.4.2 Instrumen Penelitian	37
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	43
3.6 Rancangan Pengujian Hipotesis	43
3.6.1 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	43
3.6.2 Sub-Struktur Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	44
3.6.3 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (X_2)	45

3.6.4 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (X_2)	46
3.6.5 Pengujian Hipotesis	48
3.6.6 Pengujian Mediasi.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Deskripsi Data	51
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	51
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	52
4.3 Hasil Penelitian.....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.4 Keterbatasan Penelitian	68
4.5 Implikasi	69
BAB V PENUTUP.....	73
5.1 Rangkuman.....	73
5.2 Simpulan.....	75
5.3 Saran	76
DAFTAR RUJUKAN	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Survei <i>Top Brand Award</i> Penjualan <i>Facial Wash</i> Tahun 2021-2023	4
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional	35
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	40
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Sampel Besar	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	41
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	42
Tabel 3.7 Perhitungan Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X_1 dan X_2 terhadap Y	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Berdasarkan Umur.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.4 <i>Output</i> SPSS Analisis Jalur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> (Y) <i>Facial Wash</i> Nivea Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha	55
Tabel 4.5 Sumbangan Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap <i>Loyalitas Pelanggan</i> (Y) <i>Facial Wash</i> Nivea Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada <i>Facial Wash Nivea</i>	31
Gambar 3.1 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	44
Gambar 3.2 Sub-Struktur Pengaruh Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	45
Gambar 3.3 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (X_2).....	46
Gambar 3.4 Sub-Struktur Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (X_2)	46
Gambar 4.1 Struktur Keseluruhan Pengaruh <i>Trust</i> (X_1) dan Kepuasan Pelanggan (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) <i>Facial Wash Nivea</i> Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Kuesioner Awal Pengaruh <i>Trust</i> dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan <i>Facial Wash</i> Nivea Pada Mahasiswa Undiksha	85
Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal <i>Trust</i> Pelanggan.....	86
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 04. Deskripsi Data Responden.....	94
Lampiran 05. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil	95
Lampiran 06. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	97
Lampiran 07. Hasil Data Interval Responden Sampel Kecil	100
Lampiran 08. Hasil Data Interval Responden Sampel Besar.....	102
Lampiran 09. Skor Total interval Responden Sampel Kecil dan Sampel Besar..	105
Lampiran 10. <i>Output</i> SPSS Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	107
Lampiran 11. <i>Output</i> SPSS Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas Sampel Besar	110
Lampiran 12. <i>Output</i> SPSS Analisis Jalur	113

