

**ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER TRUST
TERHADAP CUSTOMER RETENTION SHAMPOO DOVE
(Studi Kasus di Bravo Swalayan Kabupaten Jombang)**

SKRIPSI



Oleh :

**GALIH ANGGRADITA
1612010030/ FEB / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN' JAWA TIMUR**

2020

SKRIPSI

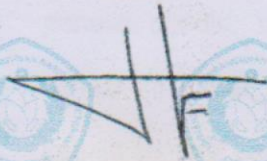
**ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER TRUST
TERHADAP CUSTOMER RETENTION SHAMPOO DOVE
(Studi Kasus Bravo Swalayan Jombang)**

Oleh :

GALIH LANGGRADITA
1612010019/FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Skripsi
Pada Tanggal : 18 Desember 2020

Pembimbing Utama



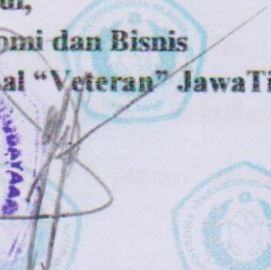
Drs. Ec. Nuruni Ika, MM
NIP. 196310091991032001

Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Sulastri Irbayuni, SE, MM
NIP. 196206161989032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Prof. Dr. Syamsul Huda, SE, MT.
NIP. 195908281990031001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi dengan judul “ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER RETENTION SHAMPOO DOVE”. Penyusunan Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen.

Dalam hal ini peneliti menyadari atas keterbatasan kemampuan yang dimiliki, sehingga peneliti juga menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Dengan berbagai keterbatasan kemampuan, maka peneliti sadar bahwa bukan semata-mata disusun berdasarkan kemampuan peneliti sendiri, melainkan mendapat bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, pada kesempatan kali ini segala ketulusan dan kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Syamsul Huda, M.T selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Dr. Eko Purwanto, SE. M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

4. Ibu Sulstri Irbayuni S.E., MM selaku Ketua Progdil Manajemen Strata 1 Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
5. Ibu Dra. Ec Nuruni Ika K, MM selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan saran sehingga penulis bersemangat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan doa yang tidak pernah putus serta dukungan untuk menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan bimbingan pada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu segala saran yang bersifat membangun senantiasa diharapkan demi sempurnanya skripsi ini. Semoga penyusunan skripsi ini bermanfaat.

Surabaya, 2020

Galih Anggradita

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR PUSTAKA	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 <u>Latar Belakang</u>	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tinjauan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pengertian Perilaku Pelanggan	11
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan.....	12
2.2.3 Customer Retention	13
2.2.4 Customer Satisfaction.....	18
2.2.5 Customer Trust	23
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.3.1 Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Customer Retention.....	25
2.3.2 Pengaruh Customer Trust Terhadap Customer Retention	26
2.4 Kerangka Pemikiran	26
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42

3.1.1	Definisi Operasional	42
3.1.2	Pengukuran Variabel	45
3.2	Populasi dan Sampel.....	47
3.2.1	Populasi.....	47
3.2.2	Sampel	47
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.3.1	Jenis Data.....	48
3.3.2	Sumber Data	48
3.3.3	Pengumpulan Data.....	50
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	50
3.4.1	Teknik Analisa Data.....	50
3.4.2	Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	53
3.4.3	Model Indikator Reflektif	53
3.4.4	Model Indikator Formatif	53
3.4.5	Kepuasan Metode PLS	62
3.4.6	Pengukuran Metode PLS	62
3.4.7	Langkah Langkah PLS	64
3.4.8	Asumsi PLS	75
3.4.9	Ukuran Sampel	75
3.4.10	Uji Validasi dan Reabilitas	76

IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	79
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 Penyebaran Kuisisioner.....	80
4.2.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	82
4.3 Analisis Data.....	86
4.3.1 Evaluasi Outliner.....	86
4.3.2 Outer Model (Model Pengukuran dan Validitas Indikator).....	88
4.3.3 Inner Model(pengujian Model Struktural.....	93
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	94
4.4 Pembahasan	96
4.4.1 Customer Satisfaction terhadap Customer Retention.....	96
4.4.2 Customer Trust terhadap Customer Retention.....	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 KESIMPULAN.....	99
5.2 SARAN.....	99

DAFTAR TABEL

1.1 Top Brand Indeks 2019 Kategori Shampoo	2
1.2 Tabel Penjualan Shmpoo Dove Bravo Swalayan	4
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Tentang Customer Satisfaction	51
4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Tentang Customer Trust.....	52
4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Tentang Customer Retention.....	53
4.6 Residual Statistik.....	56
4.7 Outer Loading(Mean,STDEV,T-Values)	57
4.8 Cross Loading	59
4.9 Average Varians Extracted(AVE)	60
4.10 Laten Variabel Corelations	61
4.11 R Square.....	62
4.12 Path Confinience	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 3.1 <i>Principal Factor (Reflective) Model</i>.....	33
Gambar 3.2 <i>Composite Latent Variable (Formative) Model</i>.....	36

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

ABSTRAKSI

Produk perawatan tubuh menjadi salah satu kebutuhan harian masyarakat Indonesia salah satunya adalah shampoo. Dimasa sekarang, shampoo bukan hanya sebuah produk yang digunakan untuk mencuci rambut saja, namun masyarakat menginginkan produk yang memiliki busa banyak, membuat rambut berkilau, mencegah rambut kering, menghilangkan ketombe, serta wangi. Salah satu merek yaitu Dove yang saat ini berupaya untuk mendapatkan customer satisfaction dan customer trust. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan customer retention terhadap produk Shampoo Dove.. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis customer satisfaction(X1) dan customer trust(X2) terhadap customer retention (Y2) shampoo Dove.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli dan memakai produk Shampoo Dove di Bravo Swalayan Jombang dalam kurun waktu 6 bulan terakhir..

Menggunakan metode *non-probably* sampling dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan 45 responden. Data yang digunakan data primer, sedangkan teknis analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Sampling* (PLS). Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa customer satisfaction dan customer trust berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap customer retention terhadap produk Shampoo Dove di Bravo Swalayan.

Kata Kunci : Customer satisfaction, customer trust, customer retention