

**PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Kosumen Oebet, Aka Machin, Arjuna Barokah dan Arjuna Mandiri.)



TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Jenjang Pendidikan
Program Studi Manajemen Pascasarjana S-2
Universitas Muria Kudus

Oleh :

MUHAMMAD FAUZUN NAJA
NIM. 2015-01-016

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PASCASARJANA S-2
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2018**

**PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PENGARUHNYATERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Pada Kosumen Oebet, Aka Machin, Arjuna Barokah dan Arjuna Mandiri.)

Oleh

MUHAMMAD FAUZUN NAJA
NIM : 2015-01-016

telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 21 february 2018
dinyatakan telah memenuhi syarat



HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

**JUDUL :PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PENGARUHNYATERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada
Kosumen Oebet, Aka Machin, Arjuna Barokah dan Arjuna Mandiri.)**

Nama Mahasiswa : Muhamma Fauzun Naja
NIM : 2015-01-016
Program Studi : Magister Manajemen
Minat : Menejemen Pemasaran

TIM PEMBIMBING :

Ketua : Dr. MOKHAMAD ARWANI, SE, MM (.....)

Anggota : Dr. Drs. H.M ZAINURI, MM (.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji :Dr. Drs. H. JOKO UTOMO, MM (.....)

Tanggal Ujian : 21 Februari 2018

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis dengan judul :

**PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PENGARUHNYATERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Kosumen Oebet, Aka Machin, Arjuna Barokah dan Arjuna Mandiri.)

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dala sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN di cabut, serta diproses dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 2018
Penulis

MUHAMMAD FAUZUN NAJA
NIM. 2015-01-016

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis Menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. H. Suparno, Sh, MS selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin menempuh studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK yang telah memberikan kemudahan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Dr. Drs. Joko Utomo, MM selaku ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus
4. Dr. Moh. Arwani, SE. MM selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Dr. Dr Drs. H. M. Zainuri, MM yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama proses penulisan tesis.
5. Para dosen dan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan atau ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.
6. Orang-orang yang telah membantu yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu dalam penelitian ini

Semoga Allah SWT melimpahkan karuniaNya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Kudus,
Penulis

2018

MUHAMMAD FAUZUN NAJA
NIM. 2015-01-016

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PENGARUHNTERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABELINTERVENING”**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Pasca Sarjana (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Sebagai sebuah tesis tentunya tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya kami harapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun. tidak lupa kami juga sampaikan ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan sehingga Tesis ini dapat selesai sesuai rencana.

Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca dengan segala kekurangannya semoga mampu memberikan sumbangsih kendati kecil untuk diterapkan baik dalam praktek maupun untuk penelitian selanjutnya.

Kudus,
Penulis

2018

MUHAMMAD FAUZUN NAJA
NIM. 2015-01-016

**PARTISIPASI PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
PENGARUHNYATERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *partisipasi pelanggan* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Populasi dan sampelnya adalah pelanggan pada industri kertas di Kudus, dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* sehingga jumlah sampel terpilih adalah 100 pelanggan. Teknik analisis data menggunakan uji SEM dengan software AMOS 20.0. Hasil penelitian ini adalah partisipasi pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas pelanggan dengan pengaruh langsung. Pengaruh tidak langsung adalah partisipasi pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepercayaan.

Kata kunci : partisipasi pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

CUSTOMER PARTICIPATION AND CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY WITH TRUST AS INTERVENING VARIABLE

ABSTRACTION

The purpose of this research is to analyze participation customers and satisfaction of customer loyalty customers with credentials as variable no intervening. The population and sampelnya is the customer on industrial paper in Kudus, to technique the sample collection accidentasl sampling so that the number of sample elected is 100 customers. Technique analysis data using test shem with softwere amos 20.0. The result of this research is participant customers impact on customer loyalty, customer satisfaction affect customer loyalty with the direct effect. Indirect effect is participant customers and customer satisfaction impact on loyalty through trust.

Password: consumer participant, customer satisfaction, trust and customer loyalty.

| DAFTAR ISI | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TESIS | ii |
| HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS | iii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS | iv |
| UCAPAN TERIMA KASIH | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAKSI..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 6 |
| 1.3. Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Loyalitas Pelanggan..... | 9 |
| 2.2. Partisipasi Pelanggan | 16 |
| 2.3. Kepuasan | 20 |
| 2.4. Kepercayaan | 25 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu..... | 30 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 32 |
| 3.1. Hubungan Antar Variabel. | 32 |

| | Halaman |
|--|-----------|
| 3.1. Kerangka Pemikiran..... | 37 |
| BAB IV. METODE PENELITIAN | 39 |
| 4.1. Rancangan Penelitian | 39 |
| 4.2. Lokasi Penelitian | 39 |
| 4.3. Definisi Operasional variabel | 40 |
| 4.4. Populasi dan Sampel | 41 |
| 4.5. Jenis dan Sumber Data | 42 |
| 4.6. Metode Pengumpulan Data | 43 |
| 4.7. Metode Pengolahan Data | 43 |
| 4.8. Metode Analisis Data | 44 |
| 4.9. Uji Kualitas Data. | 45 |
| 4.10. Uji Asumsi Klasik | 46 |
| 4.11. Tahapan Analisis Data | 47 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 5.1 Deskripsi Objek Penelitian | 51 |
| 5.2 Penyajian Data | 51 |
| 5.3 Evaluasi Asumsi-Asumsi SEM | 57 |
| 5.4 Analisis Structral Equation | 64 |
| 5.5 Evaluasi Hubungan Struktural Antar Konstruk. | 67 |
| 5.6 Pengujian Pengaruh Langsung | 68 |
| 5.7 Pengujian Pengaruh Tidak Langsung melalui Variabel <i>Intervening</i> | 70 |
| 5.8 Pembahasan | 72 |

| | Halaman |
|-------------------------------|---------|
| BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN | 79 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 79 |
| 6.2 Saran..... | 80 |
| 6.3 Implikasi Penelitian..... | 80 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Halaman

| | | |
|------|---|----|
| 1.1 | Volume Penjualan Industri kertas Oebet, Aka Machin, Arjuna Barokah dan Arjuna Mandiri | |
| 5.1 | Hasil Uji Intrumen Penelitian (Uji Validitas dan Reliabilitas) | 5 |
| 5.2 | Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 52 |
| 5.3 | Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 53 |
| 5.4 | Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan | 53 |
| 5.5 | Frekuensi Variabel Partisipasi pelanggan | 53 |
| 5.6 | Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan. | 55 |
| 5.7 | Frekuensi Variabel Kepercayaan | 55 |
| 5.8 | Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan. | 56 |
| 5.9 | Uji Normalitas | 57 |
| 5.10 | Analisis Outlier | 58 |
| 5.11 | Model-Goodness-of-fit test Partisipasi pelanggan | 59 |
| | . | 60 |
| 5.12 | Standardized Regression Weight PartisipasiKonsumen. | 61 |
| 5.13 | Model Goodness-of-fit test Kepuasan pelanggan | 61 |
| 5.14 | Standardized Regression Weight Kepuasan pelanggan | 62 |
| 5.15 | Model Goodness-of-fit test Kepercayaan | 63 |
| 5.16 | Standardized Regression Weight Kepercayaan. | 63 |
| 5.17 | Model Goodness-of-fit test Loyalitas Pelanggan | 63 |
| 5.18 | Standardized Regression Weight Loyalitas Pelanggan | 64 |
| 5.19 | Hasil Pengujian Kelayakan Model Structural Equation Model (SEM) | 67 |

| | Halaman |
|--|---------|
| 5.20 Hasil Estimasi <i>Direct Effects</i> | 68 |
| 5.21 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung | 70 |
| 5.22 Pengujian pengaruh tidak langsung Partisipasi pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel intervening kepercayaan | 70 |
| 5.23 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung | 72 |



| | DAFTAR GAMBAR | Halaman |
|-----|---|---------|
| 3.1 | Kerangka Pemikir | 39 |
| 5.1 | Hasil Analisis SEM Full Model | 65 |
| 5.2 | HASil Analisis SEM dengan Indikator Dominan | 6 |



