

**PENGARUH *TRUST* DAN *COMMUNICATION* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *COGNITIVE DISSONANCE*
PADA LOTTE MART MARVELL CITY SURABAYA**



OLEH :
ANDREW PRASETYA
3103013127

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

**PENGARUH *TRUST* DAN *COMMUNICATION* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *COGNITIVE DISSONANCE*
PADA LOTTE MART MARVELL CITY SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
ANDREW PRASETYA
3103013127

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

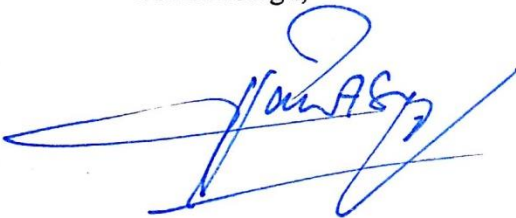
SKRIPSI

**PENGARUH *TRUST* DAN *COMMUNICATION* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *COGNITIVE DISSONANCE*
PADA LOTTE MART MARVELL CITY SURABAYA**

OLEH:
ANDREW PRASETYA
3103013127

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Pembimbing II,



Prof. Dr. Drs.Ec. Teman Koesmono, MM
M.Si.

Elisabeth Supriharyanti, SE.,

Tanggal: 11-1-2017

Tanggal: 11-1-2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Andrew Prasetya NRP 3103013127 Telah diuji pada tanggal 27-01-2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji



Dr. Cicilia Erna Susilawati, SE., M.Si.

NIK. 311.97.0268

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Edoevicus Lasdi, SE., MM.,
NIK. 321.99.0370



Elisabeth Supriharyanti, S.E. M.Si

NIK. 311.99.036

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANDREW PRASETYA

NRP : 3103013127

Judul :

**PENGARUH *TRUST* DAN *COMMUNICATION* TERHADAP
CUSTOMER SATISFACTION MELALUI *COGNITIVE DISSONANCE*
PADA LOTTE MART MARVELL CITY SURABAYA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Januari 2017
menyatakan,



(ANDREW PRASETYA)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Buddha Maitreya atas segala berkat dan kelimpahan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini. Laporan Tugas Akhir Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan Laporan Tugas Akhir Skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, M.Si., SE., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Prof. Dr. Drs.Ec. Teman Koesmono, MM selaku dosen pembimbing I, dan Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan banyak saran dan nasehat untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Orang tua saya Bapak Sendra Prasetya dan Ibu Mery Tan yang telah memberi doa dan dukungan baik secara Moral maupun Materi selama saya kuliah di Universitas Katolik Widya mandala Surabaya.
5. Teman-teman grup CORM (*Comunity of Retail Management*) yang telah membantu dalam memberikan informasi mengenai jadwal dan prosedur penulisan skripsi.

6. Asisten lab yang telah membantu dalam memberikan arahan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembacanya.

Surabaya,

Peneliti,

(ANDREW PRASETYA)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teori.....	10
2.2.1. <i>Trust</i>	11
2.2.2. <i>Communication</i>	12
2.2.3. <i>Cognitive Dissonance</i>	15
2.2.4. <i>Customer Satisfaction</i>	17

2.3 Hubungan antar Variabel.....	21
2.3.1. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Cognitive Dissonance</i>	21
2.3.2. Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Cognitive Dissonance</i>	22
2.3.3. Pengaruh <i>Cognitive Dissonance</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3.4. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	23
2.4 Model penelitian	24
2.5 Hipotesis.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Identifikasi Variabel.....	26
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
1. <i>Trust</i>	26
2. <i>Communication</i>	27
3. <i>Cognitive Dissonance</i>	27
4. <i>Customer Satisfaction</i>	28
3.4 Pengukuran Variabel	28
3.5 Jenis dan Sumber Data	29
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.8 Teknik Analisis Data.....	30
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.8.3 Uji Normalitas	32
3.8.4 Uji Kecocokan Model	32
3.8.5 Uji Kecocokan Struktural.....	33
3.8.6 Uji Hipotesis.....	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35

4.1 Karakteristik Responden	35
4.1.1 Pernah Melakukan Pembelian.....	35
4.1.2 Jenis Kelamin	35
4.1.3 Usia.....	35
4.1.4 Penghasilan.....	36
4.2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian	36
4.2.1. Statistik Deskripsi variable <i>Trust</i>	37
4.2.2. Statistik Deskripsi variable <i>Communication</i>	37
4.2.3. Statistik Deskripsi variable <i>Cognitive Dissonance</i>	38
4.2.4. Statistik Deskripsi variable <i>Customer Satisfaction</i>	39
4.3 Analisis Data.....	40
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Reabilitas	41
4.3.3 Uji Normalitas	42
4.3.4 Uji Kecocokan Model	42
4.3.5 Uji Kecocokan Model Struktural	43
4.3.6 Uji Hipotesis	44
4.3.7 Pembahasan	45
4.3.7.1 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Cognitive Dissonance</i>	46
4.3.7.2 Pengaruh <i>Communication</i> terhadap <i>Congitive</i> <i>Dissonance</i>	47
4.3.7.3 Pengaruh <i>Cognitive Dissonance</i> terhadap <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i>	47
4.3.7.4 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	48

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Keterbatasan	50
5.3 Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	9
Tabel 3.1 <i>Goodness of Fit</i>	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Penghasilan.....	36
Tabel 4.3 Interval Rata – rata Skor.....	36
Tabel 4.4 Statistik Deskripsi Variabel <i>Trust</i>	37
Tabel 4.5 Statistik Deskripsi Variabel <i>Communication</i>	37
Tabel 4.6 Statistik Deskripsi Variabel <i>Cognitive Dissonance</i>	38
Tabel 4.7 Statistik Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	39
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	42
Tabel 4.11 Indeks Fit	43
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Konseptual	24
Gambar 4.1 Hasil T-Values.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Lampiran 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
- Lampiran 5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan
- Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Hasil *Goodness of Fit*
- Lampiran 8 : Hasil *Standardized Solution*
- Lampiran 9 : Hasil Total *Effect*
- Lampiran 10: Path Diagram *Estimate*
- Lampiran 11: Path Diagram *Standardized Solution*
- Lampiran 12: Path Diagram *T-Values*
- Lampiran 13: Syntax

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust*, *communication* terhadap *customer satisfaction* melalui *cognitive dissonance*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Obyek dari penelitian ini adalah konsumen dari Lotte Mart Marvell City Surabaya, dengan jumlah sampel sebanyak 170 responden.

Hasil Penelitian ini menjelaskan : (1) *trust* berpengaruh positif terhadap *cognitive dissonance*, (2) *communication* berpengaruh positif terhadap *cognitive dissonance*, (3) *cognitive dissonance* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*, (4) *trust* berpengaruh positif terhadap *words of mouth*.

Kata Kunci : *trust, communication, cognitive dissonance, customer satisfaction.*

ABSTRACT

The aims of this study is to determine the effect of product quality, personal interaction, store atmosphere toward words of mouth and customer satisfaction as mediation. This study uses analysis techniques Structural Equation Modeling (SEM). The object of this study are consumers of Lotte Mart Marvell City Surabaya, with total samples of 170 respondents.

The results of this study showed: (1) trust has an positive effect on cognitive dissonance, (2) communication has an positive effect on cognitive dissonance (3) cognitive dissonance has an positive effect on customer satisfaction, (4) trust has an positive effect influence on customer satisfaction.

Key Words : *trust, communication, cognitive dissonance, customer satisfaction*