

**PENGARUH ANTARA CUSTOMER SATISFACTION DAN  
CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY  
DENGAN CUSTOMER COMMITMENT SEBAGAI  
MEDIASI PADA PRODUK PEPSODENT  
DI SURABAYA DAN SEKITARNYA**



**OLEH :  
MADELINE TAURISA  
3103012189**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH ANTARA CUSTOMER SATISFACTION DAN  
CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY  
DENGAN CUSTOMER COMMITMENT SEBAGAI  
MEDIASI PADA PRODUK PEPSODENT  
DI SURABAYA DAN SEKITARNYA**

**SKRIPSI**

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

**OLEH :  
MADELINE TAURISA  
3103012189**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH ANTARA CUSTOMER SATISFACTION DAN  
CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY  
DENGAN CUSTOMER COMMITMENT SEBAGAI  
MEDIASI PADA PRODUK PEPSODENT  
DI SURABAYA DAN SEKITARNYA**

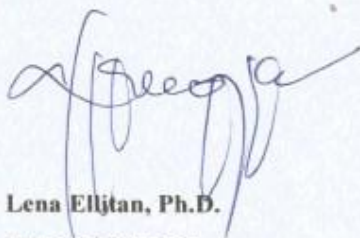
**OLEH:**

**MADELINE TAURISA**

**3103012189**

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji**

**Dosen Pembimbing I,**



**Lena Elljtan, Ph.D.**

**NIK: 3J1.95.0227**

**Dosen Pembimbing II,**



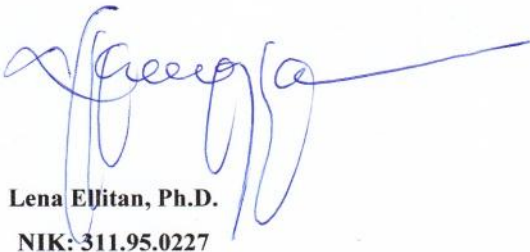
**FN. Hendro Susanto, SE., MM**

**NIK: 311.99.0365**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Madeline Taurisa, dengan NRP. 3103012189.  
Telah diuji pada tanggal 31 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

**Ketua Tim Penguji,**

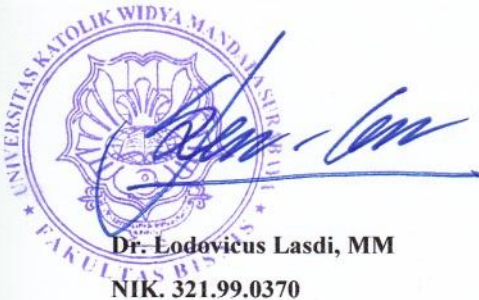


**Lena Eljitan, Ph.D.**

**NIK: 311.95.0227**

Mengetahui:

**Dekan,**



**Dr. Lodovicus Lasdi, MM**  
**NIK. 321.99.0370**

**Ketua Jurusan,**



**Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si**

**NIK. 311.99.0369**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika  
Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MADELINE TAURISA  
NRP : 3103012189  
Judul Skripsi : Pengaruh Antara Customer Satisfaction dan  
Customer Trust Terhadap Customer Loyalty  
Dengan Customer Commitment sebagai  
mediasi Pada Produk Pepsodent Di Surabaya  
dan sekitarnya.

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

Surabaya, 31 Januari 2017

Yang Menyatakan,



MADELINE TAURISA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa berkat penyertaan, perlindungan dan kasih Karunia-Nya, sehingga penulis skripsi yang berjudul “Pengaruh Antara Customer Satisfaction dan Customer Trust Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Commitment sebagai mediasi Pada Produk Pepsodent Di Surabaya dan sekitarnya” dapat terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jurusan Ekonomi atas segala asuhan dan didikannya sejak penulis menjadi anggota keluarga besar Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Dosen Pembimbing 1 Ibu Lena Ellitan, Ph. D. selaku dosen pembimbing I yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi dan rela meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.

5. Dosen Pembimbing 2 Bapak FN. Hendto Susanto, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi dan rela meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Terima kasih buat kedua orang tua tercinta, Bapak Budi Setiawan Setiawarga, Ibu Go Yam Hong, saudari Shenta Claretta dan seluruh keluarga besar yang memberikan doa, dukungan, perhatian dan semangat.
7. Terima kasih buat kekasih, Freddy Raharjo yang selalu memberikan dukungan doa dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada sahabat-sahabat, Jenita Sutanto, Febriani Achen, Ming Michelle, Ismanto Sugito, Mellisa, Cornel, Bobby, Stefanus Bayu, Alvine, Stephen, Hangga, Ivan Kurniawan, Jonathan, Sherly Luitasari, Tamara, Sally Winata, Chan dan teman-teman angkatan 2012 yang telah menemani dan memberikan dukungan moral.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam penyusunan penelitian skripsi ini, untuk itu segala kritik dan saran akan penulis terima dengan tangan terbuka bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 31 Januari 2017

MADLINE TAURISA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 <i>Customer satisfaction</i> .....	13
2.2.2 <i>Customer trust</i> .....	17
2.2.3 <i>Customer loyalty</i> .....	19
2.2.4 <i>Customer commitment</i> .....	26



2.3	Hubungan Antar Variabel .....	28
2.4	Hipotesis.....	36
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
3.1	Desain Penelitian .....	37
3.2	Identifikasi Variabel .....	37
3.3	Definisi Operasional Variabel .....	38
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	39
3.4.1	Jenis Data .....	39
3.4.2	Sumber Data .....	40
3.5	Skala Pengukuran Variabel .....	40
3.6	Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	40
3.7	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel....	41
3.7.1	Populasi .....	41
3.7.2	Sampel.....	41
3.7.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.8	Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1	Proses Seleksi Sampel Penelitian .....	45
4.2	Karakteristik Responden .....	45
4.3	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
4.3.1	Deskripsi variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	49
4.3.2	Deskripsi variabel <i>Customer trust</i> .....	50
4.3.3	Deskripsi variabel <i>Customer commitment</i> .....	51
4.3.4	Deskripsi variabel <i>Customer loyalty</i> .....	53
4.4	Uji Asumsi SEM.....	54
4.4.1	Uji Validitas.....	54
4.4.2	Uji Reliabilitas .....	54
4.4.3	Uji Normalitas .....	58

4.5	Persamaan Struktural .....	60
4.6	Uji Kecocokan Model .....	61
4.7	Pengujian Hipotesis .....	61
4.8	Pembahasan .....	62
4.8.1	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer trust</i> .....	62
4.8.2	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer commitment</i> .....	63
4.8.3	Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> .....	64
4.8.4	Pengaruh <i>Customer trust</i> terhadap <i>Customer commitment</i> .....	64
4.8.5	Pengaruh <i>Customer trust</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> .....	65
4.8.6	Pengaruh <i>Customer commitment</i> terhadap <i>Customer loyalty</i> .....	66
4.8.7	<i>Customer satisfaction</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer loyalty</i> melalui <i>Customer commitment</i> ..	67
4.8.8	<i>Customer trust</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer commitment</i> melalui <i>Customer loyalty</i> ...	67

**BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Saran .....	70

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b>	<i>Top Brand Award 2015 Kategori Perawatan Pribadi ...</i>	5
<b>Tabel 2.1</b>	Perbandingan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini	12
<b>Tabel 4.1</b>	Jenis kelamin .....	45
<b>Tabel 4.2</b>	Usia .....	46
<b>Tabel 4.3</b>	Domisili .....	46
<b>Tabel 4.4</b>	Pekerjaan .....	47
<b>Tabel 4.5</b>	Frekuensi pembelian .....	48
<b>Tabel 4.6</b>	Lama menjadi konsumen pasta gigi Pepsodent .....	48
<b>Tabel 4.7</b>	Interval rata - rata skor .....	49
<b>Tabel 4.8</b>	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	50
<b>Tabel 4.9</b>	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer trust</i> .....	51
<b>Tabel 4.10</b>	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer commitment</i> ....	52
<b>Tabel 4.11</b>	Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	53
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Uji Validitas.....	54
<b>Tabel 4.13</b>	Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer satisfaction</i> .....	55
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer trust</i> .....	56
<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer commitment</i> .....	57
<b>Tabel 4.16</b>	Hasil Uji Reliabilitas <i>Customer loyalty</i> .....	58
<b>Tabel 4.17</b>	Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	59
<b>Tabel 4.18</b>	Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	60
<b>Tabel 4.19</b>	Ikhtisar <i>Goodness of fit</i> ... ..	61
<b>Tabel 4.20</b>	Pengujian Hipotesis H1 - H8 .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b>	Model Penelitian.....	35
-------------------	-----------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner
- Lampiran 2** Karakteristik Responden
- Lampiran 3** Statistik Data Penelitian
- Lampiran 4** Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
- Lampiran 5** Hasil Pengolahan Lisrel (Normalitas)
- Lampiran 6** Hasil Pengolahan Lisrel (Validitas, Reliabilitas, Analisis SEM)
- Lampiran 7** Path Diagram

## ABSTRAK

Dalam era globalisasi saat ini yang melibatkan dunia *marketing* dalam kasus *Customer satisfaction*, *customer trust*, *customer loyalty* hingga sampai pada tahap *customer commitment*. Tidak menutup kemungkinan bahwa beberapa produk terus dikembangkan oleh perusahaan untuk membuat kesan bahwa produk tersebut layak dan perlu dikembangkan dari waktu ke waktu demi memperoleh kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, komitmen konsumen hingga sampai pada tahap loyalitas konsumen pada produk tersebut. Tujuan penelitian ini Untuk menganalisis pengaruh antara *customer satisfaction* dan *customer trust* terhadap *customer loyalty* dengan *customer commitment* sebagai mediasi pada produk Pepsodent di Surabaya dan sekitarnya.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen Pepsodent di Surabaya. Sampel penelitian diambil dari sebagian konsumen Pepsodent di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Berdasarkan hasil analisis hipotesis awal yang dibuat bahwa *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer trust*, *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer commitment*, *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, *Customer trust* berpengaruh positif terhadap *customer commitment*, *Customer trust* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, *Customer commitment* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty*, *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer commitment*, dan *Customer trust* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* melalui *customer commitment* terbukti kebenarannya.

**Kata Kunci:** *Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Commitment, Customer Loyalty.*

## ABSTRACT

In the current era of globalization that involves the world of marketing in the case of *customer satisfaction*, *customer trust*, *customer loyalty* up to the stage of *customer commitment*. It is possible that some products continue to be developed by the company to create the impression that the product is feasible and should be developed from time to time in order to obtain *consumer satisfaction*, consumer confidence, *consumer commitment* to arrive at the stage of consumer loyalty to the product. The purpose of this study to analyze *the influence between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty with customer commitment as a mediation on the product Pepsodent in Surabaya and surrounding area*.

This research is a causal research design. Data used in this study is quantitative. The population used is the consumer Pepsodent in Surabaya. Samples were taken from some consumers Pepsodent in Surabaya. The sampling technique in this research is purposive sampling technique. The analysis technique used to test the hypothesis of this research is Structural Equation Model (SEM).

Based on the analysis of the initial hypothesis is made that *Customer satisfaction* has positive influence on *customer trust*, *customer satisfaction* has positive influence on *customer commitment*, *customer satisfaction* positive effect on *customer loyalty*, *customer trust* positive influence on *customer commitment*, *customer trust* positive effect on *customer loyalty*, *customer commitment* positive effect on *customer loyalty*, *customer satisfaction* positively affects *customer loyalty* through *customer commitment*, *customer trust* and a positive effect on *customer loyalty* through *customer commitment* proved to be true.

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Commitment, Customer Loyalty.*