

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPEKTRA
(Studi Pada PT Federal International Finance Cabang Semarang 1)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan
Studi Akhir Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank Semarang**



Oleh :

Nama : Gati Dian Andriani

Nim : 17.05.51.0016

Program Studi : S.1 Manajemen

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS STIKUBANK
SEMARANG**

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran Skripsi dengan judul :

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPEKTRA
(Studi Pada PT Federal International Finance Cabang Semarang 1)**

Oleh :
Gati Dian Andriani
NIM : 17.05.51.0016
Program Studi S1-Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 10 Febuari 2021
Dosen Pembimbing

Drs. Bambang Sutedjo, M.M
0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPEKTRA
(Studi Pada PT Federal International Finance Cabang Semarang 1)**

Oleh :
Gati Dian Andriani
NIM : 17.05.51.0016
Program Studi S1-Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pandadaran Skripsi dan Skripsi telah diterima dan disahkan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal :

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)

Drs. Bambang Sutedjo, M.M
0628036101

Penguji II

Dr. Endang Tjahjaningih, SE., M.Kom
NIDN : 0622056601

Penguji III

Suzy Widayari, SE., M.Si
NIDN : 0631037102



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dr. Agus Setiawan, S.E., M.Si
NIDN : 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Gati Dian Andriani

NIM : 17.05.51.0016

Program Studi : S.1 Manajemen

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPS HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SPEKTRA (STUDI PADA PT FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE CABANG SEMARANG 1) tidak terdapat keseluruhan atau sebagai tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Adapun saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hal terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 15 Febuari 2021

Yang Menyatakan,



(Gati Dian Andriani)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Gatot Dian Priutomo dan Ibu Susanti tercinta yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun material serta selalu mendoakan yang terbaik untuk anaknya.
2. Dosen pembimbing saya Drs. Bambang Sutedjo, M.M yang telah membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
3. Untuk Andi Kurniawan yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.
4. Sahabat saya Suci Aida Arditya Sani yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam segala hal.
5. Teman saya Sindi Sari Krismunita yang menemani dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan angkatan 2017 serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penulis,



(Gati Dian Andriani)

MOTTO

“Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan”. Ali Bin Abi Thalib

“Ubahlah hidupmu dari hari ini, jangan pernah bertaruh pada masa depan. Kamu harus bertindak sekarang tanpa menunda-nunda”. Simone de Beauvoir

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh nilai pelanggan, kepercayaan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Spektra (studi pada PT Federal International Finance Cabang Semarang 1). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Spektra. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisisioner sebanyak 110 responden yang sudah pernah atau sedang menjalin kontrak kredit dengan Spektra. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dengan *loading factor*, uji reliabilitas dengan *alpha cronbach* dan uji analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Spektra, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Spektra, nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Spektra.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kepercayaan, Persepsi Harga, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research is to explain the effect of customer value, trust and price perception on consumer satisfaction Spektra (study at PT Federal International Finance Cabang Semarang 1). The population in this study were all Spektra consumers. Collecting data in this study using the method of distributing questionnaires as many as 110 respondents who had or are currently establishing credit contracts with Spektra. The data testing technique used in this study was the validity test with loading factors, the reliability test with alpha cronbach and multiple regression analysis. The results of this study indicate that customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction Spektra, trust has a positive and significant effect on customer satisfaction Spektra, customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction Spektra.

Keywords: Customer Value, Trust, Price Perception, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepercayaan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Spektra (Studi Pada PT Federal International Finance Cabang Semarang 1)”. Skripsi ini merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana S1 di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu, membimbing, memberikan saran dan dorongan dalam penyelesaian skripsi ini yaitu :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan.
2. Dr. Safik Faozi, M. Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
3. Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. Sri Sudarsi, SE, M.Si selaku Kaprogdi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
5. Drs. Bambang Sutedjo, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dan masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. H. Sophiyanto Wuryan ,SH.,M.M, selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang.
7. Segenap dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan petunjuk dan ilmu kepada penulis.

8. Ayah dan Ibu tersayang yang selalu memberikan doa, inspirasi, dukungan dan finansial kepada peneliti sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.
9. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena terbatasnya kemampuan dan pengetahuan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak pada bidang ini masih penulis harapkan.

Semarang, 10 Febuari 2021

Penulis



Gati Dian Andriani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Manfaat Teoristis.....	9
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS.	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10

2.1.1	Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.3	Pengertian Kepuasan Konsumen	10
2.1.1.4	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.5	Atribut Pembentuk Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.1.6	Pengukur Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.1.7	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.1.8	Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.1.2	Nilai Pelanggan	18
2.1.2.3	Pengertian Nilai Pelanggan	18
2.1.2.4	Manfaat Nilai Pelanggan	19
2.1.2.5	Tipe Nilai Pelanggan	21
2.1.2.6	Dimensi Nilai Pelanggan	22
2.1.2.7	Karakteristik Nilai Pelanggan.....	24
2.1.2.8	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Pelanggan	25
2.1.2.9	Indikator Nilai Pelanggan.....	26
2.1.3	Kepercayaan	27
2.1.3.3	Pengertian Kepercayaan	27
2.1.3.4	Dimensi Kepercayaan.....	28
2.1.3.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	30
2.1.3.6	Indikator Kepercayaan.....	31
2.1.4	Persepsi Harga	32
2.1.4.3	Pengertian Persepsi Harga	32
2.1.4.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga.....	33

2.1.4.5 Indikator Persepsi Harga	34
2.2 Penelitian Empiris/Terdahulu.....	35
2.3 Pengembangan Hipotesis	37
2.3.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen	37
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	38
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	39
2.4 Kerangka Pikir.....	40
2.4.1 Model Grafis.....	41
2.4.2 Model Matematis	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Jenis Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Pengambilan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	45
3.4 Jenis Data dan Teknis Pengumpulan Data	46
3.4.1 Jenis Data.....	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5 Definisi Konsep, Operasional dan Pengukuran Variabel.....	47
3.5.1 Definisi Konsep	47
3.5.2 Definisi Operasional.....	48
3.6 Metode Analisa Data.....	51
3.6.1 Analisis Deskriptif	51

3.6.1.1 Deskripsi Responden	51
3.6.1.2 Deskripsi Variabel	51
3.6.2 Pengujian Instrumen Penelitian	52
3.6.2.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	52
3.6.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	54
3.6.3.1 Pengujian Secara Simultasn (Uji F).....	54
3.6.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R2).....	54
3.6.4 Uji Hipotesis.....	54
3.6.4.1 Uji t.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Data Penelitian	56
4.2 Deskripsi Responden.....	57
4.3 Deskripsi Variabel.....	61
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian.....	66
4.4.1 Uji Validitas.....	66
4.4.2 Uji Reliabilitas	69
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.5 Uji Kelayakan Model	71
4.5.1 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	71
4.5.3 Pengujian Hipotesis (Uji t)	72
4.6 Pembahasan.....	74

4.6.1	Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen	74
4.6.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	75
4.6.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	75
BAB V PENUTUP.....		77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.3	Implikasi.....	78
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		83