

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN
NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Nabila Skincare Purwodadi)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang



Oleh :

Nama : Dinada Pranditiyas

NIM : 16.05.51.0278

Program Studi : S1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan telah mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN NILAI
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi pada Nabila Skincare Purwodadi)**

Oleh :

Nama : Dinada Pranditiyas
NIM : 16.05.51.0278
Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank
Semarang

Semarang, 5 Februari 2021

Dosen Pembimbing

(Drs. Bambang Sutedjo, M.M)

NIDN.0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Nabila Skincare Purwodadi)

Ditulis Oleh:

Nama : Dinada Pranditiyas

NIM : 16.05.51.0278

Program Studi : S1 Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendararan Skripsi dan telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal 17 Februari 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Merangkap Penguji I)

(Drs. Bambang Sutejo, M.M)
NIDN.0628036101

Penguji II

(Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si)
NIDN : 0027037101

Penguji III

(Kristina Anindita Hayuningtias, S.E., M.M)
NIDN : 0616018901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Dinada Pranditiyas

NIM : 16.05.51.0278

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul: Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (**Studi pada Nabila Skincare Purwodadi**) tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis oranglain. yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisanyang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan haltersebut, baik sengaja atau tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian tulisan oranglain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 15 Februari 2021

Yang menyatakan,



Dinada Pranditiyas

HALAMAN MOTTO

"Orang-orang hebat di bidang apapun bukan baru bekerja karena mereka terinspirasi, namun mereka menjadi terinspirasi karena mereka lebih suka bekerja.

Mereka tidak menyalah-nyiakkan waktu untuk menunggu inspirasi."

(Ernest Newman)

Disiplin adalah jembatan antara cita-cita dan
pencapaiannya. (John Rohn)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang sudah memberikan dukungan kepada saya. Terimakasih atas dukungannya yang telah diberikan kepada saya.



Dinada Pranditias

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, CITRA PERUSAHAAN, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi pada Nabila Skincare Purwodadi)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Nabila Skincare Purwodadi. Populasi penelitian ini adalah pelanggan dari Nabila Skincare Purwodadi. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden yang melakukan perawatan kulit wajah di Nabila Skincare. Teknik pengujian data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji analisis regresi berganda. Analisis data penelitian ini dibantu dengan program software IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Nabila Skincare Purwodadi, (2) Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Nabila Skincare Purwodadi, (3) Nilai Pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Nabila Skincare.

Kata Kunci : Kepercayaan, Citra Perusahaan, Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRUST, COMPANY IMAGE, AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER SATISFACTION (Study at Nabila Purwodadi Skincare)

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of trust, company image, and customer value on customer satisfaction at Nabila Skincare Purwodadi. The population of this study were customers of Nabila Skincare Purwodadi. Collecting data from this study using the method of distributing questionnaires as many as 100 respondents who carry out facial skin care at Nabila Skincare. The data testing technique used is validity test, reliability test, and multiple regression analysis test. Analysis of this research data was assisted by the IBM SPSS 21 software program. The results of this study indicate that: (1) Trust has no effect on customer satisfaction at Nabila Skincare Purwodadi, (2) Company image has a positive effect on customer satisfaction at Nabila Skincare Purwodadi, (3) Customer Value has a positive effect on customer satisfaction at Nabila Skincare.

Keywords: Trust, Company Image, Customer Value, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR


Puji Syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : "**Pengaruh Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nabila Skincare Purwodadi)**". Skripsi ini merupakan syarat yang mutlak dipenuhi oleh penulis untuk menyelesaikan program Kasus strata satu guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Safik Faozi, M. Hum, selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang.
2. Dr. Euis Soliha, S.E.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
3. Sri Sudarsi, S.E., M.Si, selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.
4. 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.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang telah memberi ilmu tanpa batas.
6. Kepada kedua orang tuaku Bapak Joni Pranoto, Ibu Sriyati dan Adik-adikku Kukuh prandiwan, Alvidar Shenatria yang telah memberi support, doa, motivasi, serta bantuan berupa materiil sepanjang perjalanan hidup penulis.
7. Teman-temanku yang telah memberi bantuan dalam penyusunan skripsi ini Novita, Lia, Tiara, Maria, Rivi.
8. Seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2016 yang berjuang bersama dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini terlaksana.

Saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu mohon maaf atas kekurangan dari skripsi saya. Semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat untuk penulis dan pembaca.

Semarang, 5 Februari 2021



Dinada Pranditiyas

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN EMPIRIS DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	12
2.1.3 Kepercayaan	15
2.1.4 Citra Perusahaan	18
2.1.5 Nilai Pelanggan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.2.1 Review Penelitian Terdahulu	26
2.3 Pengembangan Hipotesis	27
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan	27
2.3.2 Pengaruh Citra perusahaan terhadap Kepuasan	28
2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan	29
2.4 Model Penelitian	31
2.4.1 Model Grafik	31
2.4.2 Model Matematis	31
BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN	

3.1 Objek Penelitian	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	34
3.3.1 Sumber Data.....	34
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4 Definisi Konsep dan Pengukuran Variabel	36
3.5 Metode Data	37

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Responden	43
4.1.1 Deskripsi Responden	44
4.2 Deskripsi Variabel	46
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	46
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.5 Uji Kelayakan Model.....	54
4.6 Uji Hipotesis (Uji t).....	55
4.7 Pembahasan	56

BAB V KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN IMPLIKASI

5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Keterbatasan	62
5.3 Implikasi Penelitian	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36
Tabel 4.1 Rekap hasil Kuesioner	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden	44
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Berganda	54