

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA RM. MISTER SAMBAL  
BANTUL YOYAKARTA**

*THE INFLUENCE OF CUSTOMER SATISFACTION TO CUSTOMER LOYALTY  
IN THE MISTER SAMBAL RESTAURANT BANTUL YOGYAKARTA*



Oleh

**AGUNG TRISNA SAPUTRA  
20070410016**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN PADA RM. MISTER SAMBAL  
BANTUL YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana**

**pada Fakultas Ekonomi**

**Program Studi Manajemen**

**Universitas Muhammadiyah**

**Yogyakarta**



**Oleh**

**AGUNG TRISNA SAPUTRA**

**20070410016**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2012**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP**  
**LOYALITAS KONSUMEN PADA RM. MISTER SAMBAL**  
**BANTUL YOGYAKARTA**

**Diajukan Oleh**

**AGUNG TRISNA SAPUTRA**

**20070410016**

**Telah disetujui Dosen Pembimbing**

**Pembimbing**



**Sutrisno Wibowo, Drs.,M.M**

**Tanggal 6 Maret 2012**

**NIK: 143 030**

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP**  
**LOYALITAS KONSUMEN PADA RM. MISTER SAMBAL**  
**BANTUL YOGYAKARTA**

Oleh:  
**AGUNG TRISNA SAPUTRA**  
20070410016

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disyahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 25 April 2012

Yang terdiri dari

  
**Dr. Siti Dyah Handayani, M.M.**

Ketua Tim Penguji

  
**Sutrisno Wibowo, Drs., M.M.**

Anggota Tim Penguji

  
**Hasnah Rimiati, Dra., M.Si.**

Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Nano Prawoto, S.E., M.Si.**

NIK: 143 016

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama: Agung Trisna Saputra

Nomor mahasiswa: 20070410016

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada RM. Mister Sambal Bantul Yogyakarta” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apalagi ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

**Yogyakarta, April 2012**

**Agung Trisna Saputra**

## MOTTO

*" Siapa yang tidak mengenal harga nikmat ketika adanya nikmat itu, maka ia akan mengetahui harga kebesaran nikmat setelah tiadanya " (Al-Hikam).*

*" Orang yang paling utama adalah orang yang berilmu yang beriman, yang apabila dibutuhkan orang maka dia akan berguna bagi orang lain dan apabila tidak dibutuhkan orang, maka berguna bagi dirinya sendiri " (H.R. Al-Baihaqi).*

*" Hikmah atau ilmu laksana hak milik seorang mukmin yang hilang, dimanapun ia menjumpainya, disanalah ia mengambilnya " (H.R. Al-Askari).*

*" Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah memudahkan jalan baginya menuju surga " (H.R. Muslim dan Tirmidzi).*

*" Sesungguhnya sesudah ada kesulitan itu akan datang kemudahan, maka apabila kamu telah selesai urusanmu kerjakanlah dengan sungguh-sungguh yang lainnya dan kepada Tuhanmu hendaknya kamu limpahkan segala harapan " (QS. Al-Insyiroh : 6-8)*

## IIALAMAN PERSEMBAHAN

*Dari hati dan pikiranku yang terdalam, aku persembahkan karya ini kepada ;*

✚ *Orang tuaku yang sangat aku cintai dan adikku yang sangat aku sayangi, terimakasih atas doanya.*

✚ *Trimakasih kepada Deddy Prasetyawan dan seluruh karyawan karyawan RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta.*

✚ *Trimakasih kepada seluruh pelanggan RM. Mister Sambal Bantul, Yogyakarta yang telah berkenan mengisi kuesioner.*

✚ *Rian Adi W.,S.E., Agus Kumoro J.,S.E., Yanuar Bayu P.,S.E., Sandi V.,S.E., Tri Wahyuni N.,S.E., Anjar Dwi P., sahabatku terimakasih atas bantuannya selama ini.*

✚ *Teman-teman satu angkatanku dan Semua yang telah membantu sekripsi aku, trimakasih bantuannya selama ini.*

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada RM. Mister Sambal Bantul Yogyakarta. Kepuasan konsumen diukur melalui atribut yang berkaitan dengan nilai sebuah produk (*Attributes Related to the Product*), atribut yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan (*Attributes Related to the Service*) dan atribut yang berkaitan dengan tingkat pembelian konsumen terhadap suatu produk (*Attributes Related to the Purchase*). Sedangkan loyalitas konsumen diukur melalui atribut *habitual behavior, switching cost, liking of the brand* dan *commitment*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen di RM. Mister Sambal mempengaruhi loyalitas konsumen, dan terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Dengan demikian hasil penelitian mendukung teori tentang loyalitas konsumen.

Kata kunci: kepuasan, loyalitas konsumen.



## ***ABSTRACT***

*This research was conducted to examine the effect of customer satisfaction on customer loyalty in the Mister Sambal Restaurant Bantul Yogyakarta. Customer satisfaction is Attributes Related to the Product, Attributes Related to the Service and Attributes Related to the Purchase. While customer loyalty is measured through the attributes of habitual behavior, swiching cost, liking of the brand and commitment. Research results revealed that customer satisfaction in Mister Sambal Restaurant affect customer loyalty, and there is a significant positive relationship between customer satisfaction with customer loyalty. Thus the results of research supports the theory of customer loyalty.*

*Key words: satisfaction, customer loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada RM. Mister Sambal Bantul Yogyakarta”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulisan mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Bapak Sutrisno Wibowo, Drs.,M.M., yang telah dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
3. Ayah dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberi dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, April 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN RERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah Penelitian.....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>6</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
<b>A. Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
1. Pengerian Kepuasan .....	8
2. Atribut Pembentuk Kepuasan Konsumen.....	9
3. Loyalitas Konsumen .....	13
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	15
5. Fungsi Loyalitas .....	17
6. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	18
<b>B. Hasil Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>C. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>D. Model Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
<b>A. Obyek Dan Subyek Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>B. Jenis Data .....</b>	<b>27</b>
<b>C. Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>27</b>
<b>D. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>30</b>
<b>F. Uji Kualitas Instrumen.....</b>	<b>37</b>
<b>G. Analisis Data dan Uji Hipotesa.....</b>	<b>39</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
<b>A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....</b>	<b>43</b>

<b>B. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>53</b>
<b>C. Hasil Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>63</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>66</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>67</b>
<b>C. Keterbatasan .....</b>	<b>68</b>

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pengembalian Kuesioner ...	47
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	49
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	50
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	51
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	52
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelian .	53
4.8 Hasil Uji Validitas.....	55
4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.10 Hasil Regresi Berganda.....	58
4.11 Hasil Uji t Atribut Produk.....	59
4.12 Hasil Uji t Atribut Layanan.....	60
4.13 Hasil Uji t Atribut Tingkat Pembelian .....	61
4.14 Hasil Uji F.....	61
4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted R Square.....	62

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Penelitian .....	26
----------------------------	----