

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KAPABILITAS INOVASI, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Konsumen Indomaret di Daerah Sukun, Kota Malang)

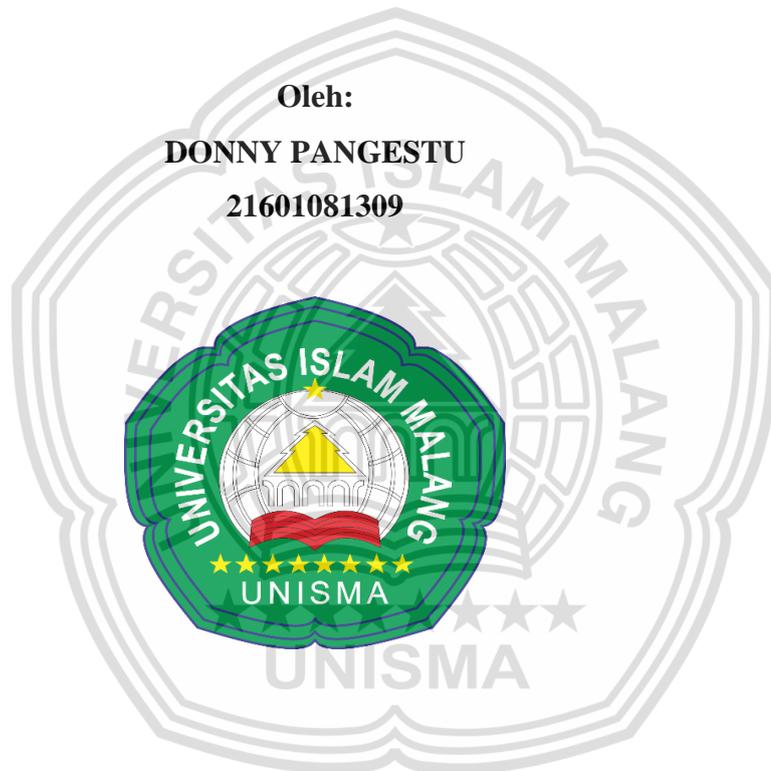
Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

DONNY PANGESTU

21601081309



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2020



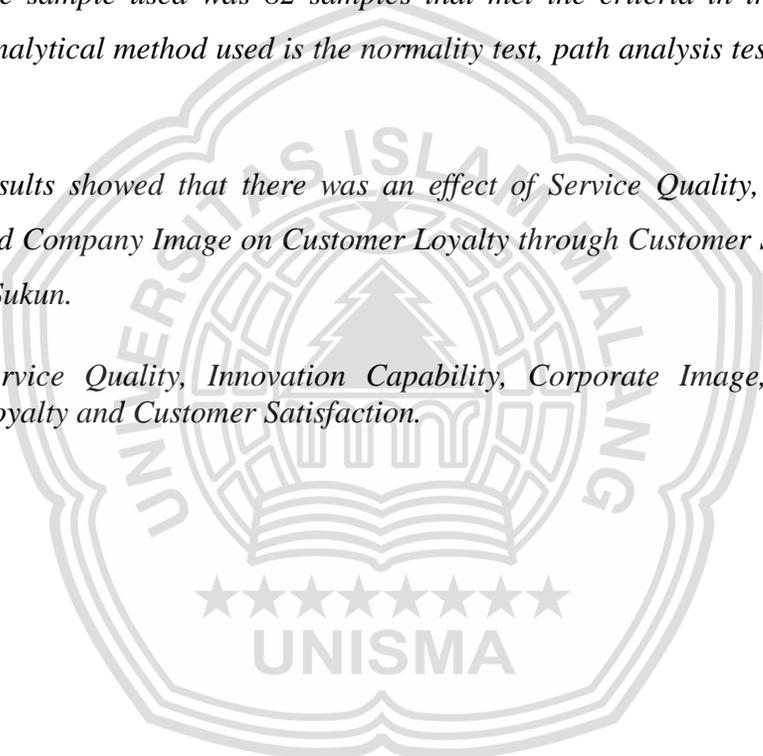
ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, innovation capabilities and corporate image on consumer loyalty through satisfaction as an intervening variable.

The population of this study consisted of 450 consumers of breadfruit indomaret. The sample used was 82 samples that met the criteria in the research subject. The analytical method used is the normality test, path analysis test, t test and sobel test.

The results showed that there was an effect of Service Quality, Innovation Capability, and Company Image on Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Indomaret Sukun.

Keywords: *Service Quality, Innovation Capability, Corporate Image, Customer Loyalty and Customer Satisfaction.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era 4.0 saat ini banyak perusahaan yang berfokus pada pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara berulang-ulang yang akan menghasilkan keuntungan tersendiri terhadap suatu perusahaan. Ketika pelanggan merasa produk yang di konsumsi sesuai dengan harapan maka dapat dipastikan pelanggan akan bersikap loyal terhadap suatu perusahaan.

Loyalitas sendiri diperlukan sebagai penilaian konsumen terhadap suatu perusahaan. Lovelock, et al. (2010:76) mengemukakan Loyalitas digunakan dalam konteks bisnis, untuk menggambarkan kesediaan pelanggan agar senantiasa menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang, apalagi jika menggunakannya secara eksklusif, dan merekomendasikan produk-produk perusahaan kepada teman dan rekannya. Loyalitas dapat ditinjau dari berbagai macam seperti kualitas pelayanan yang diberikan, kapabilitas inovasi yang menarik dan citra perusahaan yang baik akan berdampak pada loyalitas konsumen. Dalam perkembangan kualitas pelayanan kepada konsumen di terapkan dengan konsep yang benar-benar baik sehingga dapat dengan cepat untuk menarik konsumen dalam mencoba dan menjadi berlangganan dengan suatu perusahaan baik bidang produk atau jasa. Dari hal-hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan dalam penilaian kepada suatu perusahaan.

Kualitas pelayanan dalam dunia perdagangan sangat dibutuhkan untuk menarik konsumen. Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:39) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi konsumen. Semakin baik pelayanan maka akan semakin banyak konsumen yang datang. Pelayanan dapat diterapkan dengan melayani konsumen dalam berbelanja dengan menyapa ramah pada setiap konsumen yang datang seperti ucapan selamat datang, serta murah senyum agar suasana menjadi lebih harmonis. Selain itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk tetap mempertahankan tingkat daya beli konsumen dalam usaha.

Kapabilitas inovasi dapat diterapkan untuk pengembangan usaha menjadi lebih besar. Dengan inovasi yang ada maka perusahaan atau usaha yang dijalankan akan meningkat. Menurut Sutarno (2012:132), inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan menggunakan sesuatu yang baru. Menurut Suryana (2014:54), inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Inovasi dapat berupa inovasi pengembangan, duplikasi, sintesis dan penemuan. Beberapa perusahaan melakukan inovasi untuk memperbarui usahanya. Dengan inovasi pengembangan perusahaan akan membuat pengembangan dari segi produk seperti tambahan varian, inovasi penemuan dengan menciptakan penemuan baru untuk produknya, inovasi duplikasi dengan meniru kreatifitas lain dengan tetap memberikan tambahan konsep sehingga tidak semata-mata meniru suatu produk atau jasa milik orang lain, dan inovasi sintesis dengan memadukan konsep serta faktor apa saja yang menjadi pendukung suatu produk atau jasa dalam suatu perusahaan tersebut.

Terdapat juga citra perusahaan yang dapat digunakan sebagai penilaian suatu produk atau jasa dalam perusahaan. Citra perusahaan ini dibentuk melalui sintesis sinyal yang dihasilkan dari nama merek atau simbol suatu perusahaan atau dari segi produk yang terdapat slogan dan logo yang dikembangkan dan diinterpretasikan oleh konsumen. Citra adalah

perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto,2011:62). Citra perusahaan juga dapat di kembangkan dalam era yang semakin maju ini. Melalui kerjasama dengan industri lain atau perusahaan lain yang dapat menciptakan peningkatan citra perusahaan. Biasanya kerjasama dengan melakukan perubahan pada suatu merek produk. Kosumen sering kali menilai kualitas produk dari citra merek yang di produksi atau dari jasa yang di berikan. Kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan dalam suatu perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Dengan kualitas baik, inovasi yang baik dan citra perusahaan yang baik pula akan membuat konsumen menjadi loyal. Setelah konsumen merasa loyal dan mendapat apa yang di inginkan dalam perusahaan maka akan memberikan kepuasan yang akan mempertahankan konsumen tersebut untuk tetap menjadi konsumen tetap di suatu perusahaan.

Di indomaret daerah Sukun Malang terdapat kualitas pelayanan yang terbilang cukup baik dan dapat menarik konsumen untuk sering berbelanja serta melakukan transaksi di lokasi tersebut. Dari segi pelayanan nya yang ramah kepada konsumen, konsep tata letak barang dagangan yang rapi yang membuat konsumen merasa puas dalam berbelanja. Indomaret ini selain menjual barang dagang sembako dan barang kebutuhan lainnya juga melayani transaksi pembayaran listrik, pajak, pembayaran kredit sepeda motor, pulsa dan lainnya. Peneliti memilih lokasi penelitian di Indomart Sukun Malang karena lokasinya yang strategis, mudah di jangkau oleh masyarakat dan terdapat berbagai keunggulan yang tidak dimiliki oleh indomart lainnya, serta indomart tersebut juga belum ada yang melakukan penelitian.

Berdasarkan uraian maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kapabilitas Inovasi, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan**



Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Indomaret Sukun, Bakalankrajan)”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
- b. Bagaimana pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
- c. Bagaimana pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
- d. Bagaimana pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
- e. Bagaimana pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
- f. Bagaimana pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
- g. Bagaimana pengaruh secara langsung Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun?
- h. Bagaimana pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?
- i. Bagaimana pengaruh tidak langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?

- j. Bagaimana pengaruh tidak langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
- f. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
- g. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara langsung Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
- h. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
- i. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Kapabilitas Inovasi terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

- j. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

Sebagai sumber informasi bagaimana pengaruh kualitas layanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening dan dapat berguna bagi pembanding serta bagi peneliti yang lainnya.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai saran dan masukan untuk lebih meningkatkan mengenai kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

- c. Bagi Akademik

Sebagai penambahan informasi penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening yang bisa dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan pada Indomaret Sukun diperoleh hasil simpulan bahwa:

- a. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun
- b. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun
- c. Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun
- d. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun
- e. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun
- f. Citra Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun
- g. Kepuasan Konsumen berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Konsumen di Indomaret Sukun.
- h. Kualitas Pelayanan secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

- i. Kapabilitas Inovasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.
- j. Citra Perusahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Konsumen dengan melalui Kepuasan Konsumen di Indomaret Sukun.

5.2 Keterbatasan

- a. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari satu Indomaret dari banyaknya jumlah Indomaret yang ada di Kota Malang. Semoga peneliti selanjutnya bisa mengambil sampel lebih banyak dari banyak Indomaret sehingga hasil analisis lebih akurat dan mendalam.
- a. Penggunaan kuisioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya.

5.3 Saran

- a. Bagi Perusahaan.
Perusahaan hendaknya menerapkan langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi, dan citra perusahaan agar mampu menciptakan kepuasan dan kelayakan konsumen yang lebih terhadap perusahaan.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya.
Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya serta untuk pengembangan ilmu pengetahuan baru terkait analisis kualitas pelayanan, kapabilitas inovasi dan citra perusahaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai varia

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Di Toko Indomaret Jenggala 2 Gedangan Sidoarjo*. Jurnal Penelitian. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika.
- Arisa, Y. (2019). *Kapabilitas Inovasi atau Innovaive Capabilities*. Ekonomi Bisnis Manajemen.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Febrianti.F. (2013). *Pengaruh Motivasi Kewirausahaan Terhadap tingkat Partisipasi Dalam Brwirausaha*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Fitri Rahmadani, I Made Suardana, H. S. (2019). *pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada UD. Eva Group Mataram*.
- Ghozali, Imam., (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS. 21*. Edisi 7. Semarang : Penerbit universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar.2003. *Ekonometri Dasar*. Terjemahan :Sumarno Zain.Jakarta Erlangga.
- Irwandi, A. (2019). *Pengaruh Citra Minimarket Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Implikasinya Pada Loyalitas Pelanggan indomart Di wilayah kota Cirebon*. Artikel.Universitas Pasundan.
- Ilhamsyah. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Indomaret Bagus Kuning Plaju*. Jurnal media wahana ekonomika, Vol. 14 No. 4, Januari 2018: 24-26
- Kuncoro, Mudrajat. 2003, *Pengolahan Data Statistik dengan SPSS 11,5*. Jakarta Erlangga.
- Library Binus. (2014). *Definisi Kualitas Pelayanan dan Dimensi Kualitas Pelayanan*.Thesis. Binus University.
- Novandy. (2017). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan Ramayana departemen store mall Dinoyo city malang*.

- Milati, N. (2016). *pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada Indomaret di wilayah sumbersari jember.*
- Muchibah Indra Mayasari. (2010). *analisis pengaruh citra supermarket terhadap loyalitas konsumen pada toko Alfamart di boyolali.*
- Riadi., M.(2013). *Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen.* Kajian Pustaka.
- S.Jaya.(2018). *Kepuasan Konsumen. Darmajaya. (Online).* Diakses pada 11 Juni 2020
- Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.* Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Supangkat (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai variabel intervening.* Jurnal Riset Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.Universitas Islam Malang.
- Sugiyono (2017). *Jenis Penelitian.* (Online). Diakses pada Mei 2020
- Sugiyono. 2011. *Meode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D).* Bandung : CV Alfabeta.dan *Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai VariabelMediasi.*Skripsi.Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulistyo, R. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan*
- Tatik, N.2009. *Orientasi Entrepreneur dan modal sosial : Strategi peningkatan kinerja organisasi,Desertasi UNDIP.*Semarang
- Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Pendidikan.* Bandung. Alfabeta
- Widodo, U. (2015). *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.* Buletin Bisnis Manajemen. Vol. 01, No. 02
- Wikipedia. *Pengertian Citra Perusahaan.* (Online). Diakses pada Mei 2020

