


**PENGARUH *MUTUAL BENEFIT* DAN KOMITMEN (MELALUI)
MEDIATOR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN KSP “BANGUN JAYA” CABANG PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna
memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

 Nama : Erni Dwi Lestari
N I M : 13413125
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Mutual benefit*, dan Komitmen Melalui (Mediator)
Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen KSP
"Bangun Jaya Cabang Ponorogo."
Nama : Erni Dwi Lestari
NIM : 13413125
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 16 Juli 2017

Pembimbing I

TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Pembimbing II

EDI SANTOSO, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12



Mengetahui
Dean Fakultas Ekonomi

TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :

TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

HADI SUMARSONO, SE, M.SI
NIK. 19671005 199309 14

SITI CHAMIDAH, SE, M.SI
NIK. 19531024 199309 14

RINGKASAN

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan pertama mengetahui pengaruh *mutual benefit* terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo. Kedua mengetahui komitmen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo. Dan tujuan ketiga untuk mengetahui *mutual benefit*, dan komitmen melalui (mediator) kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Untuk melakukan penelitian digunakan 85 responden. Data yang digunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner. Untuk mempermudah pengolahan data maka dikelompokkan variabel menjadi tiga variabel utama. Pertama variabel independen *mutual benefit*, dan komitmen. Kedua variabel mediasi yaitu kepuasan, dan ketiga variabel dependen yaitu loyalitas. Metode yang digunakan yaitu analisis jalur secara langsung dan tidak langsung. Hasil pengujian hipotesis pertama terbukti bahwa *mutual benefit* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo (H1 “*Mutual benefit* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo” diterima). Hasil hipotesis kedua terlihat bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo (H3 setelah melalui pengujian analisis jalur secara tidak langsung terbukti bahwa *mutual benefit*, dan komitmen melalui (mediator) kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas konsumen “KSP” Bangun Jaya cabang Ponorogo).

Kata Kunci: *Mutual benefit*, Kepercayaan, Komitmen, Kepuasan Konsumen,
Loyalitas Anggota,



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH *MUTUAL BENEFIT*, DAN KOMITMEN MELALUI (MEDIATOR) KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KSP “BANGUN JAYA” CABANG PONOROGO” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Sosial beserta jajarannya.
2. Ibu Dra. Umi Farida, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen S1.
3. Ibu Titi Rapini, S.E, MM, dan Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta staf-staf Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmunya.
5. Pihak KSP “Bangun Jaya” Cabang Ponorogo telah membantu kelancaran skripsi yang penulis ajukan.

6. Bapak Sumardi, dan Ibu Djairah selaku kedua orang tua penulis yang selalu mendukung, menghibur, mendoakan, serta meluangkan waktu dan materi untuk membantu penulis hingga skripsi ini selesai.
7. Bapak Maniran selaku paman yang selalu mendukung, membantu dan meluangkan materi untuk kelancaran skripsi ini.
8. Sahabat-sahabatku Anis, Inta, dan Khoirul yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan secara moril maupun finansial.
9. Nila, Rima, Rahmatika, Ayik, Dodo, Rofah, Vina, Pipit dan teman-teman Jurusan Manajemen S1 lain yang telah menemani hari-hariku.
10. Bang Jee yang selalu membantu, menemani dan memberikan semangat dan dukungan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuannya dalam terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga juga kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan.

Ponorogo, 24 Agustus 2017

Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 24 Agustus 2017



(Erni Dwi Lestari)

NIM. 13413125

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Pengesahan	i
Ringkasan	ii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Manfaat Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
BAB 2 Tinjauan Pustaka	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1.Pemasaran	9
2.1.2. Stimuli Pemasara	9
2.1.3. Koperasi	11
2.1.4. Koperasi Konvensional.....	12
2.1.5. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.5.1. Pengertian Perilaku Konsumen	13

2.1.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	14
2.1.5.3	Peran konsumen dalam keputusan pembelian	15
2.1.5.4	Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	16
2.1.5.5	Kepuasan Konsumen (Perilaku Pasca Pembelian)	18
2.1.6	Loyalitas Konsumen	22
2.1.7	Komitmen	22
2.1.7.1	Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Konsumen	29
2.1.7.2	Pengaruh Komitmen terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.1.8	Keuntungan Bersama (<i>Mutual Benefit</i>)	30
2.1.8.1	Pengaruh Keuntungan Bersama (Mutual benefit) terhadap Loyalitas Konsumen.....	31
2.1.8.2	Pengaruh Mutual Benefit terhadap Kepuasan Konsumen	32
2.2	Penelitian Terdahulu	33
2.3	Kerangka Berfikir	44
2.4	Hipotesis	45
BAB III	METODE PENELITIAN.....	37
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
3.2.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.3	Metode Pengambilan Data.....	39
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5	Metode Analisis Data.....	42

3.5.1 Uji Instrumen	44
3.5.1.1 Uji Validitas	44
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	45
3.5.2 Analisis Jalur (Path Analysis)	46
3.5.3 Koefisien Determinasi (R ²)	47
3.5.4 Pengujian Hipotesis	48
3.5.4.1 Uji T (Parsial)	48
3.5.4.2 Uji F (Serempak)	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Sejarah Berdirinya KSP Bangun Jaya.....	50
4.1.2 Visi dan Misi KSP Bangun Jaya	50
4.1.3 Lokasi Penelitian Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Bangun Jaya Cabang Ponorogo.....	51
4.1.4 Job Driskription Struktur Organisasi	51
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Identitas Responden	53
4.2.1.1 Responden Menurut Kelompok Umur.....	53
4.2.1.2 Responden Menurut Lama Menjadi Anggota.....	54
4.2.1.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	55
4.2.1.4 Responden Menurut Jenis Kelamin	56
4.3 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	56
4.4 Pengujian Instrumen Data.....	66

4.4.1 Uji Validitas	66
4.4.2 Uji Reliabilitas	68
4.5 Pengujian Hipotesis	69
4.5.1 Pembahasan Substruktur 1: Pengaruh Mutual benefit, dan Komitmen terhadap Kepuasan Konsumen	69
4.5.2 Pembahasan Sub struktur 2: Pengaruh Mutual benefit, Komitmen dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	76
4.6 Pembahasan.....	85
4.6.1 Pengaruh Mutual Benefit Terhadap Kepuasan Konsumen	86
4.6.2 Pengaruh Komitmen Terhadap Kepuasan Konsumen	86
4.6.3 Pengaruh Keuntungan Bersama (Mutual benefit) terhadap Loyalitas Konsumen.....	87
4.6.4 Pengaruh Komitmen terhadap Loyalitas Konsumen	88
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.3 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	33
3.1 Diskripsi Responden	39
3.2 Definisi Operasional Variabel	40
4.1 Responden Menurut Kelompok Umur	53
4.2 Responden Menurut Lama Menjadi Konsumen	54
4.3 Responden Menurut Jenis Pekerjaan	55
4.4 Responden Menurut Jenis Kelamin	56
4.5 Tanggapan Responden terhadap Loyalitas Konsumen (Y2)	57
4.6 Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen	59
4.7 Tanggapan Responden terhadap Mutual Benefit (X1)	61
4.8 Tanggapan Responden terhadap Komitmen	64
4.9 Rekapitulasi Uji Validitas untuk setiap pertanyaan Loyalitas, Komitmen, Mutual Benefit, dan Kepuasan Konsumen.....	66
4.10 Hasil Uji Reliability	68
4.11 Kelayakan Model Regresi.....	69
4.12 Nilai Signifikansi.....	70
4.13 Koefisien Determinasi (R ²)	71
4.14 Koefisien Jalur Secara Simultan (Uji F hitung).....	72
4.15 Koefisien Jalur Secara parsial (Uji t hitung)	73
4.16 Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur 1	74
4.17 Kelayakan Model Regresi	76

4.18 Nilai Signifikansi	77
4.19 Koefisien Determinasi (R^2).....	77
4.20 Koefisien Jalur Secara Simultan (Uji F hitung)	78
4.21 Koefisien Jalur Secara Individu (Uji t hitung).....	79
4.22 Hasil Koefisien Jalur Sub Struktur 2	80
4.23 Hasil Koefisien Jalur.....	83



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	18
2.2 Strategi Pemasaran	19
2.3 Penentu Nilai yang diberikan kepada Konsumen	22
2.4 . Kerangka Pemikiran	35
4.1 : Sub Struktur I	74
4.2 Koefisien Jalur Sub Struktur 2.....	80
4.3 Koefisien Jalur.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner Penelitian	94
Lampiran B Tabulasi Data	97
Lampiran C Uji Validitas	99
Lampiran D Uji Reliabilitas	102
Lampiran E Uji Hipotesis Secara Partial Dan Simultan	105
Lampiran F Berita Acara	109

