

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the direct and indirect effect customer satisfaction on advocacy: trust, commitment and loyalty as a mediating variable. Samples were active student Odd 2014-2015 Maranatha Christian University S1 and D3 randomly by the Faculty and Program Studies using 650 respondents. The results of this study not only shows the effect of satisfaction on customer advocacy.

Keywords: satisfaction, customer advocacy, trust, commitment, and loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung *satisfaction* pada *customer advocacy: trust, commitment & loyalty* sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa aktif Ganjil 2014-2015 Universitas Kristen Maranatha jenjang S1 dan D3 secara random berdasarkan Fakultas dan Program Studi dengan menggunakan 650 responden. Hasil penelitian ini hanya tidak menunjukkan pengaruh *satisfaction* pada *customer advocacy*.

Kata Kunci : *satisfaction, customer advocacy, trust, commitment, dan loyalty*.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	15
1.4. Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1. Perilaku Konsumen.....	18
2.2. Model Perilaku	22
2.3. Jenis Perilaku Konsumen sebagai Respon Konsumen	24

2.4.	Dimensi Perilaku Loyal	29
2.5.	Relationship Marketing Quality and Outcomes	32
2.6.	Kepuasan atau <i>Satisfaction</i>	34
2.7.	Kepercayaan atau <i>Trust</i>	38
2.8.	Komitmen	42
2.9.	Kesetiaan atau Loyalitas	44
2.10.	Advokasi	50
2.11.	Kerangka Teoritis	52
2.12.	Kerangka Pemikiran	53
2.13.	Pengembangan Hipotesis.....	54
2.14.	Model penelitian	63
2.15.	Riset Empiris (Matrik).....	65
BAB III METODE PENELITIAN		78
3.1.	Jenis Penelitian	78
3.2.	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel,dan Ukuran Sampel	79
3.3.	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	84
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	94
3.5.	Uji Pendahuluan (Uji Instrumen dan Uji Data)	95
3.6.	Metode Analisis Data	105
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		108

4.1.	Profil Responden	108
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	108
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	109
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa S1	112
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	113
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	115
4.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi Tambahan.....	117
4.2.	Hasil Penelitian.....	117
4.2.1.	Hipotesis 1:Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>trust</i>	117
4.2.2.	Hipotesis 2: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> dan <i>trust</i> pada <i>commitment</i>	119
4.2.3.	Hipotesis 3: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> , <i>trust</i> dan <i>commitment</i> pada <i>loyalty</i> ...	120
4.2.4.	Hipotesis 4: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> , <i>trust</i> , <i>commitment</i> dan <i>loyalty</i> pada <i>customer advocacy</i>	121
4.2.5.	Hipotesis 5: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>trust</i>	123
4.2.6.	Hipotesis 6: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>commitment</i>	125
4.2.7.	Hipotesis 7: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>trust</i> dan <i>loyalty</i>	127
4.2.8.	Hipotesis 8: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>commitment</i> dan <i>loyalty</i>	129

4.2.9. Hipotesis 9: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>trust</i> dan <i>commitment</i>	132
4.2.10. Hipotesis 10: Terdapat pengaruh <i>satisfaction</i> pada <i>customer advocacy</i> yang dimediasi oleh <i>trust</i> , <i>commitment</i> dan <i>loyalty</i>	134
4.3. Pembahasan	139
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	157
5.1. Simpulan.....	157
5.2. Implikasi Managerial.....	158
5.3. Keterbatasan Penelitian	158
5.4. Saran	159
DAFTAR PUSTAKA	161
LAMPIRAN.....	168

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Model Prilaku Konsumen	23
Gambar 2. 2. The Customer Loyalty Pyramid.....	48
Gambar 2. 3. Kerangka Teoritis.....	52
Gambar 2. 4. Kerangka Pemikiran.....	53
Gambar 2. 5. Model Penelitian	63
Gambar 4. 1. Ringkasan Hasil Penelitian	137

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Riset Empiris.....	65
Tabel 3. 1. Nama Fakultas dan Program Studi Universitas Kristen Maranatha Jenjang S1 dan D3	79
Tabel 3. 2. Hasil Cluster Sampling Berdasarkan Fakultas dan Program Studi.....	82
Tabel 3. 3. DOV	84
Tabel 3. 4. Skala <i>Likert</i>	95
Tabel 3. 5. KMO and Bartlett's Test	97
Tabel 3. 6. Hasil Pengujian Validitas.....	98
Tabel 3. 7. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	101
Tabel 3. 8. Hasil Pengujian Normalitas	102
Tabel 3. 9. Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	103
Tabel 3. 10. Hasil Pengujian Multikolonieritas	104
Tabel 3. 11. Model Analisis Jalur (Path Analysis)	106
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	109
Tabel 4. 2. Usia.....	111
Tabel 4. 3. Mahasiswa S1	112
Tabel 4. 4. Jurusan	113
Tabel 4. 5. Angkatan.....	115
Tabel 4. 6. Program Studi Tambahan	117
Tabel 4. 7. Hasil Uji Hipotesis 1	118
Tabel 4. 8. Hasil Uji Hipotesis 2.....	119

Tabel 4. 9. Hasil Uji Hipotesis 3.....	120
Tabel 4. 10. Hasil Uji Hipotesis 4.....	122
Tabel 4. 11. Hasil Uji Hipotesis 5.....	124
Tabel 4. 12. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 5	125
Tabel 4. 13. Hasil Uji Hipotesis 6.....	126
Tabel 4. 14. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 6	127
Tabel 4. 15. Hasil Uji Hipotesis 7.....	128
Tabel 4. 16. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 7	129
Tabel 4. 17. Hasil Uji Hipotesis 8.....	130
Tabel 4. 18. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 8	131
Tabel 4. 19. Hasil Uji Hipotesis 9.....	132
Tabel 4. 20. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 9	133
Tabel 4. 21. Hasil Uji Hipotesis 10.....	134
Tabel 4. 22. Hasil Uji Persamaan Tidak Langsung Hipotesis 10	136
Tabel 4. 23. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	138

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Artikel Utama

Lampiran II : Kuesioner

Lampiran III : Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran IV : Pengujian Normalitas, Heterokedastisitas danMultikolinearitas

Lampiran V : Profil Responden

Lampiran VI : Uji Hipotesis

Lampiran VII : Data BAA (Badan Administrasi Akademik) Universitas Kristen Maranatha

Lampiran VIII: Tabel Penentuan Jumlah Sample