

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN KUALITAS
PELAYANAN DAN KEDEKATAN EMOSIONAL
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA RATU KOSMETIK
PASIR PENGARAIAN)**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

**DESI NOVITA
NIM : 2025299**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : DESI NOVITA
NIM : 2025299
JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN
KUALITAS PELAYANAN DAN KEDEKATAN
EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RATU
KOSMETIK PASIR PENGARAIAN)

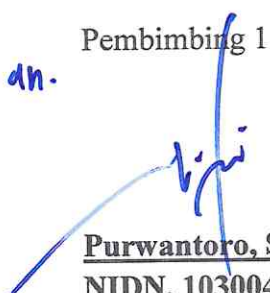
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program Studi Manajemen pada 4 Februari 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian,

Pembimbing 1

dn.

03/3/2025


Purwantoro, SE, M.Si, C.PMM
NIDN. 1030049001

Pembimbing 2


Dr. Heffi Christya Rahayu, M.Si
NIDN. 1018067303

Dosen Penguji I


Ratna Dewi, SE.,MM
NIDN. 1016069401

Dosen Penguji II


Devi Novianti, S.M.,M.Si
NIDN. 1012129701

Dosen Penguji III


Dr. Hendry Kurniawan, SE.,MM
NIDN. 1003078701

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian


Nurhayati, SE.,M.Si, CTT
NIDN. 1026068605

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DESI NOVITA
NIM : 2025299
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL PENELITIAN : ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN
KUALITAS PELAYANAN DAN KEDEKATAN
EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RATU
KOSMETIK PASIR PENGARAIAN)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 23 Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan



(DESI NOVITA)

ABSTRAK

Nama : Desi Novita
NIM : 2025299
Tahun Penelitian : 2024
Judul : Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian)
Pembimbing Utama : Purwantoro, SE, M.Si, C.PMM
Pembimbing Kedua : Dr. Heffi Christya Rahayu, M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kedekatan emosional secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi adalah pelanggan Ratu Kosmetik. Sampel ditentukan dengan metode *Accidental Sampling*, yaitu metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Variabel nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian, hal ini terlihat dari signifikansi nilai pelanggan $0,00 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel $6.728 > 1.98472$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian, hal ini terlihat dari signifikansi lingkungan kerja $0,00 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel $4.304 > 1.98472$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_2 diterima. Variabel kedekatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian, hal ini terlihat dari signifikansi kedekatan emosional $0,00 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel $6.675 > 1.98472$. Maka dari itu H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kedekatan Emosional, Loyalitas Pelanggan

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa diantara mereka adalah :

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd, Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Nurhayati, SE, M.Si, CTT, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novitas Anwar, S.Ip, MM, Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.
4. Bapak Purwantoro, SE, M.Si, CPMM, sebagai pembimbing I, yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Dr. Heffi Christya Rahayu, M.Si, sebagai pembimbing II, yang juga telah mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Responden, yang dengan sabar hati menjawab segala pertanyaan penulis selama melakukan riset.
7. Orang tua penulis, Ayahanda Ujang Toni dan Ibunda Ida Hariyani

Tentu saja, penulis mengucapkan terimakasih yang setulus hati kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terimakasih kepada keluarga penulis dan juga kepada seluruh rekan-rekan seangkatan yang ikut mendukung penyusunan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen.

Pasir Pengaraian.....

(DESI NOVITA)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Nilai Pelanggan	11
2.1.1 Pengertian Nilai Pelanggan	11
2.1.3 Indikator Nilai Pelanggan	14
2.2 Kualitas Pelayanan	14
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.3. Kedekatan Emosional.....	18
2.3.1 Pengertian Kedekatan Emosional	18
2.3.2 Indikator Kedekatan Emosional	19

2.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.4.1 Indikator Loyalitas Pelanggan	22
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Kerangka Konseptual	26
2.6 Hipotesis.....	27
 BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5 Definisi Operasional.....	31
3.6 Instrumen Penelitian.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	36
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Objek Penelitian	40
4.2 Struktur Toko Ratu Kosmetik Pasir Pengaraian	40
4.3 Uraian Pekerjaan	41
4.4 Deskriptif Responden Penelitian.....	41
4.4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.5 Instrumen Penelitian.....	43
4.5.1 Uji Validitas	43
4.5.1 Uji Reliabilitas	43
4.6 Deskripsi Variabel Penelitian.....	44

4.6.1 Variabel Nilai Pelanggan	44
4.6.2 Variabel Kualitas Pelayanan	45
4.6.3 Variabel Kedekatan Emosional.....	45
4.6.4 Variabel Loyalitas Pelanggan	46
4.7 Analisis Kuantitatif	46
4.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.7.2 Uji Koefisien Determinasi	48
4.7.3 Uji F	49
4.7.4 Hasil Uji –t	50
4.8 Pembahasan.....	51
4.8.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	51
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
4.8.3 Pengaruh Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54
4.8.4 Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Simultan.....	56
BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nama Kosmetik	4
Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional	31
Tabel 3.2 Skor Pilihan Jawaban Responden	34
Tabel 3.3 Tingkat Capaian Responden	37
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.5 Hasil TCR Nilai Pelanggan.....	44
Tabel 4.6 Hasil TCR Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.7 Hasil TCR Kedekatan Emosional	45
Tabel 4.8 Hasil TCR Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.11 Hasil Uji F	49
Tabel 4.12 Hasil Uji –t	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur Toko	40