

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH***

(Studi pada konsumen pengguna karoseri PT. Mekar Armada Jaya)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Evan Hartanto Djojohadikusumo

NPM : 02 03 13560

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JANUARI, 2007**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

FAKULTAS EKONOMI
Program Studi Manajemen

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH* (Studi pada konsumen pengguna karoseri PT. Mekar Armada Jaya)

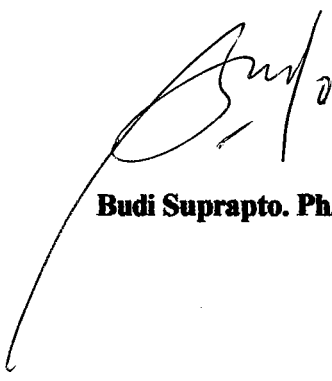
Disusun Oleh :

Evan Hartanto Djojohadikusumo

NPM : 02 03 13560

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto. Ph.D.

Tanggal 8 Desember 2006

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH*

(Studi pada konsumen pengguna karoseri PT. Mekar Armada Jaya)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Evan Hartanto Djojohadikusumo

NPM : 02 03 13560

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 5 Januari 2007

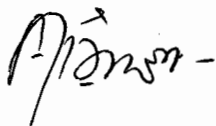
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat

Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

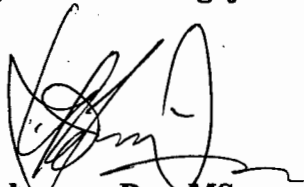
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

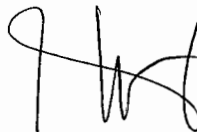


J. Ellyawati, Dra., MM.

Anggota Panitia Penguji



J. Sudarsono, Drs., MS.



AM. Rosa Widjojo, Dra., MBA.

Yogyakarta, 5 Januari 2007

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. R. Maryatmo, MA.

PERNYATAAN

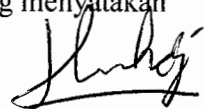
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH*
(Studi pada konsumen pengguna karoseri PT. Mekar Armada Jaya)**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Desember 2006

Yang menyatakan



Evan Hartanto

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Yesus Kristus yang kasih dan rahmat-Nya, penulis dapat berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan yang telah diberikan oleh beberapa pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Budi Suprpto. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu guna memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
2. Para Dosen dan Staf pengajar Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan pelayanan dalam dunia pendidikan.
3. Bapak David Herman Jaya selaku Pimpinan PT. Mekar Armada Jaya yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Nasir selaku Manajer Development PT. Mekar Armada Jaya yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Jossy Armantyo selaku Manajer Personalia PT. Mekar Armada Jaya yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
6. Para Staff dan karyawan PT. Mekar Armada Jaya, terima kasih atas bimbingan dan bantuannya selama penulis melakukan penelitian.
7. Papa Judi Gianto dan Mama Ida Yuliani yang telah banyak memberikan perhatian, dorongan, semangat, doa restu dan tentu saja bantuan materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
8. Kakak-kakak yang tercinta, Fanny Mekar Wati, Indarto Djojohadikusumo, terima kasih atas dukungannya selama ini.

9. Calon istri yang tercinta “Wenny Anggraini”, terima kasih atas dukungan yang diberikan selama ini.
10. Teman-teman spesial, Benny, Joko, Randy, Yan, Budi, Bapak Maryono, Pak Keman, terima kasih atas kebersamaannya selama ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Desember 2006

Penulis

Evan Hartanto

MOTTO dan PERSEMBAHAN

**Ketekunan, semangat dan doa
adalah kunci kesuksesan manusia**

Kupersembahkan Skripsi Ini Untuk;

Papa dan Mama Tercinta

Kakak-Kakakku: Fanny Mekar Wati,

Indarto Djojohadikusumo

Calon Istriku yang Tercinta Wenny Anggraini

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Intisari	xiv
 BAB I Pendahuluan	 1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Kerangka Pemikiran	7
1.7. Hipotesis	9
1.8. Metodologi Penelitian	9
1.8.1. Bentuk dan Lokasi Penelitian	9
1.8.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	9
1.8.3. Metode Pengumpulan Data	10
1.8.4. Metode Pengukuran Data	11
1.8.5. Teknik Pengujian Instrumen	12
1.8.6. Analisis Data	13

BAB II Landasan Teori	19
2.1. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	19
2.1.1. Definisi Kepuasan Pelanggan	19
2.1.2. Evaluasi Kepuasan Pelanggan	22
2.1.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.4. Mengukur Kepuasan Pelanggan	27
2.1.5. Strategi Kepuasan Pelanggan	28
2.2. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	30
2.2.1. Definisi Kepercayaan	31
2.2.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Pada Merek ..	33
2.3. <i>Word of Mouth</i>	38
2.3.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i>	38
2.3.2. Penelitian Tentang <i>Word of Mouth</i>	39
BAB III Gambaran Umum Perusahaan	41
3.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	41
3.2. Struktur Organisasi Perusahaan	43
3.3. Personalia	51
3.4. Produksi	53
3.4.1. Produk yang Dihasilkan Oleh Perusahaan	53
3.4.2. Bahan Baku Dan Bahan Pembantu	53
3.4.3. Alat-Alat Dan Mesin Yang Dipergunakan	54
3.4.4. Proses Produksi	54
3.4.5. Pengawasan Kualitas	57
3.5. Pemasaran	58
3.5.1. Daerah Pemasaran	59
3.5.2. Satuan Distribusi	59
3.5.3. Kebijaksanaan Penjualan	60
3.5.4. Promosi	60
3.5.5. Penentuan Harga	61

3.6. Keuangan	62
3.6.1. Sumber Modal Perusahaan	62
3.6.2. Alokasi Modal Perusahaan	62
BAB IV Analisis Data	64
4.1. Penjelasan Penelitian	64
4.2. Pengujian Instrumen	65
4.2.1. Uji Validitas	65
4.2.2. Uji Reliabilitas	66
4.3. Analisis Data	67
4.3.1. Analisis Karakteristik Demografi Responden	67
4.3.2. Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap <i>Positive Word Of Mouth</i>	69
4.3.3. Perbedaan Kepuasan, Kepercayaan, dan <i>Positive Word of</i> <i>Mouth</i> Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Responden	75
BAB V Penutup	82
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Implikasi Manajerial	84
5.3. Saran	86
5.4. Kelemahan Penelitian	87
Daftar Pustaka	89

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran	8
Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 2.2. Model Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan	28
Gambar 2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Terhadap Merek	33
Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. Mekar Armada Jaya	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.3. Persentase Responden Berdasarkan Peruntukan Pembelian Karoseri Mobil	67
Tabel 4.4. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Karoseri Mobil yang Dipesan	68
Tabel 4.5. Persentase Responden Berdasarkan Frekwensi Pembelian Karoseri Mobil	69
Tabel 4.6. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap <i>Positive Word of Mouth</i>	70
Tabel 4.7. Uji Signifikansi Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Secara Simultan Terhadap <i>Positive Word of Mouth</i>	70
Tabel 4.8. Uji Signifikansi Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Secara Parsial Terhadap <i>Positive Word of Mouth</i>	71
Tabel 4.9. Perbedaan Kepuasan, Kepercayaan, dan <i>Positive Word of Mouth</i> Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Peruntukan Kendaraan	76
Tabel 4.10. Perbedaan Kepuasan, Kepercayaan, dan <i>Positive Word of Mouth</i> Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Jenis Kendaraan	78
Tabel 4.11. Perbedaan Kepuasan, Kepercayaan, dan <i>Positive Word of Mouth</i> Ditinjau Dari Perbedaan Karakteristik Frekuensi Pembelian	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuisisioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Presentase Data
Lampiran	IV	Analisis Regresi
Lampiran	V	<i>One Way Anova</i>
Lampiran	VI	Data Jawaban Responden
Lampiran	VII	Tabel Distribusi R, F, dan T
Lampiran	VIII	Surat Keterangan Riset

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP *POSITIVE WORD OF MOUTH*

(Studi pada konsumen pengguna karoseri PT. Mekar Armada Jaya)

Disusun Oleh :
Evan Hartanto
NPM : 02 03 13560

Pembimbing

Budi Suprpto. Ph.D.

Intisari

Kualitas yang baik dari PT. Mekar Armada Jaya ditujukan untuk membangun terciptanya loyalitas konsumen (*customer loyalty*) terhadap produk-produk yang dipasarkannya. Faktor *customer loyalty* mendorong pihak PT. Mekar Armada Jaya untuk dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para pelanggan untuk menciptakan kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) dan kepercayaan konsumen (*customer trust*) terhadap produknya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan PT. Mekar Armada Jaya mampu membentuk *positive word of mouth*?

Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara simultan memberikan kontribusi yang nyata dalam membentuk *positive word of mouth*. Besar pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap *positive word of mouth* adalah sebesar 34%. Sedangkan secara parsial kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap *positive word of mouth* memberikan pengaruh yang nyata.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak manajemen PT. Mekar Armada Jaya sebagai bahan pertimbangan dalam peningkatan kualitas hasil produksinya dan mempertahankan kepercayaan pelanggan atas produk karoseri mobil yang dibuatnya.

Kata kunci : Kepuasan, Kepercayaan, dan *Positive Word of Mouth*