

**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER TRUST*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
PRODUK KRIM PELEMBAB WAJAH FAIR & LOVELY
(Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

DWI WAHYUNI RAHMA WATI

9.313.057.15

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty*
Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely
(Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)

DWI WAHYUNI RAHMA WATI

9.313.057.15

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Nilna Fauza, MHI
NIP. 19861024 201503 2 003

HALAMAN PENGESAHAN

**Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty*
Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely
(Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)**

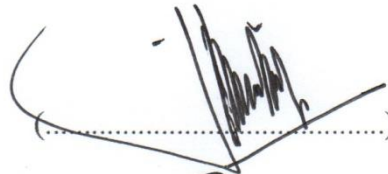
DWI WAHYUNI RAHMA WATI
9.313.057.15

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 26 Agustus 2019

Tim Penguji:

1. Penguji Utama

Achmad Munif, SE, MM
NIP. 19691025 200312 1 001



(.....)

2. Penguji I

Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001



(.....)

3. Penguji II

Nilna Fauza, MHI
NIP. 19861024 201503 2 003



(.....)

Kediri, 2 September 2019
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

NOTA DINAS

Kediri, 15 Agustus 2019

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : **Bimbingan Skripsi**

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di –
Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan bapak ketua untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : DWI WAHYUNI RAHMA WATI
NIM : 9.313.057.15
Judul : Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust*
terhadap *Customer Loyalty* Produk Krim Pelembab
Wajah Fair & Lovely (Studi Pada Santriwati Pondok
Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)

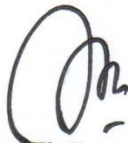
Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat
bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian
tingkat akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan
harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami sampaikan
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Nilna Fauza, MHI
NIP. 19861024 201503 2 003

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 2 September 2019

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : **Penyerahan Skripsi**

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
di –
Jalan Sunan Ampel 07 – Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan bapak ketua untuk membimbing
penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : DWI WAHYUNI RAHMA WATI
NIM : 9.313.057.15
Judul : Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust*
terhadap *Customer Loyalty* Produk Krim Pelembab
Wajah Fair & Lovely (Studi Pada Santriwati Pondok
Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya sesuai dengan beberapa
petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah
yang dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2019, kami dapat menerima
dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami sampaikan
terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM
NIP. 19740528 200312 2 001

Pembimbing II



Nilna Fauza, MHI
NIP. 19861024 201503 2 003

MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى

Artinya: “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya” (QS. An-Najm [53]: 39)

It is Better To Do Well Than To Say Well

~ Dwi Wahyuni Rahma Wati ~

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Rasa Syukur terbesar tetap terhaturkan kehadiran Allah SWT. Sholawat serta salam terhaturkan kepada junjungan kita habibina Nabi Muhammad SAW;
2. Dengan bangga saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, Bapak Suparman & Ibu Binti Ubaidah, yang selalu membimbing dan mendo'akan anak-anaknya dengan penuh ketulusan dan kesabaran yang tak mengenal lelah demi kebaikan putra- putrinya di masa depan;
3. Teruntuk Dosen Pembimbing Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM dan Ibu Nilna Fauza, MHI, yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan masukan yang sangat berarti dan mendukung demi terselesainya skripsi ini;
4. Teruntuk keluarga besar tercinta Adik Rochmad Ansori, Mbak Riski, Mas Kolis, Mas Arip, serta seluruh keluarga yang tak bisa disebutkan satu per satu;
5. Teruntuk Mas Yayang yang selalu rela meluangkan waktunya dan memotivasi saya dalam demi terselesaikannya skripsi ini;
6. Teruntuk sahabat tercinta saya, Jeje, Vinda, Wildan, Putri, Afifah, Aris Mario, Aris Zein, Kang Fuadi, Kang Anas, Dahlan, Nila Puspita, Rini, Anifah, Danis, Dewi, Kang Rozi, Sevi, Churil, Birul, Kak Nuril, dan teman-teman prodi Ekonomi Syariah angkatan 2015 lainnya, keluarga singa, rekan-rekanita IPNU IPPNU, dan masih banyak yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per-satu yang terus memotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini, *I will be the best for you all!*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)”. Penulis berharap semoga Allah senantiasa memberikan ilmu yang bermanfaat baik di dunia maupun di akhirat.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk dan suri tauladan kepada kita dengan ajaran yang dibawanya yaitu Agama Islam.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. H. Nur Chamid, MM selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Ekonomi Syari’ah.
4. Ibu Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Nilna Fauza, MHI selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak H. Mu'min Firmansyah selaku pengasuh Pondok Pesantren Ar-Roudloh Kediri yang telah memberikan izin peneliti untuk mengadakan penelitian di pondok pesantren tersebut.
6. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis.
7. Kawan-kawan seperjuangan di IAIN Kediri, Keluarga Al-Amanah, rekan rekanita IPNU IPPNU se-Kabupaten Kediri, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang turut membantu dan mendo'akan penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberikan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaar bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Aamiiiin.

Kediri, 15 Agustus 2019

Penulis

Dwi Wahyuni Rahma Wati

9313.057.15

ABSTRAK

DWI WAHYUNI RAHMA WATI. Dosen pembimbing Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM. dan Nilna Fauza, MHI : “Pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* Produk Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely (Studi Pada Santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri)”. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri 2019.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction*, *Customer Trust*, *Customer Loyalty*

Industri dituntut tidak hanya melakukan aktivitas bisnis untuk memperoleh pelanggan baru, tetapi juga untuk meningkatkan kesetiaan dari pelanggan lama atau *customer loyalty*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *customer loyalty*. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dan pengaruh *customer trust* terhadap *customer loyalty*, serta pengaruh *customer satisfaction* dan *customer trust* terhadap *customer loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely secara simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian ini adalah 107 santriwati Pondok Pesantren ar-Roudloh Kota Kediri, Jawa Timur. Sedangkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 65 santriwati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer satisfaction*, *customer trust*, dan *customer loyalty* santriwati masing-masing termasuk kategori “Cukup”. Dari hasil perhitungan korelasi diketahui bahwa secara parsial variabel *customer satisfaction* dan *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* santriwati PP. ar-Roudloh Kota Kediri pada produk krim pelembab wajah Fair & Lovely. Adapun hasil perhitungan uji F menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* (X_1) dan *Customer Trust* (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Customer Loyalty* (Y) dengan nilai sebesar 81,2%. Sedangkan sisanya 18,8% dipengaruhi oleh variabel lain seperti *choice reduction and habit*, *emotional bonding*, dan *history with company*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xvix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kegunaan Penelitian	15
E. Hipotesis Penelitian	16
F. Telaah Pustaka	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	
1. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	22
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	23
3. Cara Mempertahankan <i>Customer Satisfaction</i>	24
4. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	25
B. <i>Customer Trust</i> (Kepercayaan Pelanggan)	
1. Pengertian <i>Customer Trust</i>	25
2. Jenis – Jenis <i>Customer Trust</i>	27
3. Indikator <i>Customer Trust</i>	28
4. Kepercayaan dalam Islam	28
C. <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan)	
1. Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	29
2. Jenis – Jenis <i>Customer Loyalty</i>	31
3. Karakteristik <i>Customer Loyalty</i>	35
4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Loyalty</i>	35
5. Tahapan – Tahapan <i>Customer Loyalty</i>	37
6. Keuntungan <i>Customer Loyalty</i>	38
7. Indikator <i>Customer Loyalty</i>	39
8. Loyalitas dalam Islam	40
D. Hubungan Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian	45
C. Definisi Operasional Variabel	46
D. Data dan Sumber Data	50
E. Populasi dan Sampel	51
F. Metode Pengumpulan Sampel	52
G. Instrumen Penelitian	54
H. Analisis Data	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Fair & Lovely	66
2. Pondok Pesantren Ar-Roudloh Kota Kediri	67
a. Sejarah Berdirinya Pesantren	67
b. Motto, Visi, Misi dan Tujuan	68
c. Program Unggulan Pesantren Ar-Roudloh	69
d. Struktur Kepengurusan	70
e. Fasilitas Pesantren	70
B. Deskripsi Responden	71
C. Deskripsi Data	72
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	73
2. Analisis Deskriptif	78

3. Uji Asumsi Klasik	81
a. Uji Normalitas	81
b. Uji Multikolinieritas	82
c. Uji Autokorelasi	83
d. Uji Heteroskedastisitas	86
4. Analisis Korelasi	87
5. Analisis Regresi Linier Berganda	89
6. Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	90
7. Pengujian Hipotesis	91
a. Uji F	91
b. Uji t	93
8. Koefisien Korelasi Parsial	96

BAB V PEMBAHASAN

A. <i>Customer Satisfaction</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar-Roudloh	97
B. <i>Customer Trust</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar-Roudloh	99
C. <i>Customer Loyalty</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar-Roudloh	102
D. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar-Roudloh	105

E. Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar-Roudloh	106
F. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely di Pondok Pesantren ar- Roudloh	108

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	110
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Produk Krim Pelembab Wajah Yang Digunakan Santriwati	8
Tabel 1.2 Top Brand Index Pelembab Wajah 2016 di Indonesia	9
Tabel 1.3 Data Pemakaian Krim Pelembab Wajah Fair & Lovely	10
Tabel 1.4 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	11
Tabel 1.5 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	21
Tabel 3.1 Deskripsi Operasional Variabel	49
Tabel 3.2 Skala Likert	53
Tabel 3.3 Kriteria Pengambilan Keputusan Penafsiran Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.1 Usia Responden	71
Tabel 4.2 Lamanya Menggunakan Produk	72
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X_1)	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Trust</i> (X_2)	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	74
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X_1)	75
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Trust</i> (X_2)	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	77
Tabel 4.9 Hasil Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (X_1), Variabel <i>Customer Trust</i> (X_2), Dan Variabel <i>Customer Loyalty</i> (Y)	78
Tabel 4.10 Kategorisasi untuk Variabel X_1	79
Tabel 4.11 Kategorisasi untuk Variabel X_2	79

Tabel 4.12 Kategorisasi untuk Variabel Y	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Runs Test	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87
Tabel 4.18 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	87
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.20 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	90
Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Uji F	91
Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Uji t	93
Tabel 4.23 Nilai Koefisien Korelasi Parsial	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Daerah Penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F	92
Gambar 4.2 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_1	94
Gambar 4.3 Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_1	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Alasan Memilih *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust*

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Angket dan Hasil Penelitian

Lampiran 4 Tabel R

Lampiran 5 Tabel Durbin Watson

Lampiran 6 Tabel Distribusi F

Lampiran 7 Tabel Distribusi T

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian dari IAIN Kediri

Lampiran 9 Surat Keterangan dari PP. ar-Roudloh Kota Kediri

Lampiran 10 Daftar Konsultasi Skripsi

Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup