

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY
(Studi pada Santri PP Gedong Sari Prambon Nganjuk)**

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E)



Oleh:

LUTFI BIRUL MUAWANAH
9.313.117.15

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) KEDIRI
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY
(Studi pada Santri PP Gedong Sari Prambon Nganjuk)**

LUTFI BIRUL MUAWANAH

9.313.117.15

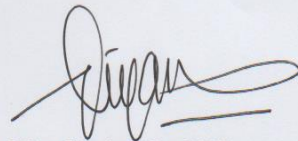
Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE., MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Dijan Novia Saka, MM.

NOTA DINAS

Kediri, 22 Oktober 2019

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

Kepada
Yth. Bapak Rektor
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07- Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : LUTFI BIRUL MUAWANAH
NIM : 931311715
Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY (Studi pada Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk)

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

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

Demikian agar maklum dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih.

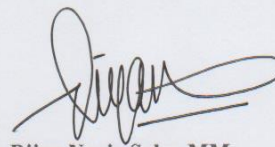
Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE., MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Dijan Novia Saka, MM.

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 22 Oktober 2019

Nomor :
Lamp. : 4 (Empat) Berkas
Hal. : BimbinganSkripsi

Kepada
Yth. Bapak Rektor
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di-
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Bersama kami kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : LUTFI BIRUL MUAWANAH
NIM : 931311715
Judul : PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN PADA SABUN MANDI MEREK LIFEBUOY
(Studi pada Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon
Nganjuk)

Setelah di perbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2019, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Dr. Andriani, SE., MM
NIP. 197301132003122001

Pembimbing II



Dijan Novia Saka, MM.

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY (Studi pada Santri PP Gedong Sari Prambon Nganjuk)

LUTFI BIRUL MUAWANAH

9.313.117.15

Telah di Ujikan di depan Sidang Munaqasah Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Kediri pada tanggal 18 Oktober 2019

Tim Penguji,

1. Penguji utama

Dr. Naning Fatmawatie, SE,MM

NIP. 19740528 200312 2 001

(.....)

2. Penguji I

Dr. Andriani, SE.MM

NIP. 19730113 200312 2 001

(.....)

3. Penguji II

Dijan Novia Saka, MM.

(.....)

Kediri, 22 Oktober 2019
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.HI.
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

وَعَسَى أَنْتَ كَرَهُوا شَيْئاً وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئاً وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ

وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ (216)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui” (QS. Al-Baqarah: 216)

~ Lutfi Birul Muawanah

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 Mohamad Soim dan Ibu Yunita, 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. Andriani, SE., MM. dan Ibu Dijan Novia Saka, MM., yang dengan sabar dan tidak pernah lelah memberikan masukan yang sangat berarti dan mendukung demi terselesainya skripsi ini;
4. Teruntuk keluarga besar tercinta Adik Iksal Fatkhul Hanafi, Mbak Vindi, Emak Kris, Emak Sol, serta seluruh keluarga yang tak bisa disebutkan satu per satu;
5. Teruntuk Calon Ayah dari anak-anak saya kelak;
6. Teruntuk barisan para Mantan dan yang telah pergi tanpa sempat aku miliki;
7. Teruntuk sahabat tercinta saya, Genjul, Rukmana, Hilmi, Rizky Maulida, Burhanudin Haris, Agrinda, Erliana, Imam Khanafi, Edwin, Ganda Yulida, Ainna Hutami, Mawar, Izzah Machfudhoh, Finalia, Ardhea, Nasruddin, Fahrurrozi, Nikmatul Ulfha, Churil,

Fida, Fika, Bagus Juniarto, Cici Agustina, Julaicha Oktafiani, Alfi, Ani, Saybi, Farah, Desyana, Ida Rofatul, teman-teman prodi Ekonomi Syariah yang lain, rekan-rekan kader DPD PSI Kediri, 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 !*

ABSTRAK

LUTFI BIRUL MUAWANAH, Dosen Pembimbing Dr. ANDRIANI, SE., MM dan DIJAN NOVIA SAKA, MM.: “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy (Studi pada Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk)”. Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kata Kunci: Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen

Kepercayaan (*trust*), yaitu kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi. Sedangkan Loyalitas Konsumen adalah suatu sikap positif dan seorang konsumen pada merek dimana konsumen memilih untuk membeli merek tertentu dibandingkan merek yang lain dalam satu kategori produk secara konsisten. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kepercayaan Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk sebagai konsumen Sabun Mandi Merek Lifebuoy, dan mengetahui Loyalitas Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk sebagai konsumen Sabun Mandi Merek Lifebuoy, serta untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen (Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk) pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah 210 santri yang menjadi konsumen sabun mandi merek Lifebuoy. Perhitungan sampel dalam penelitian ini dengan rumus Issac Michael dengan hasil jumlah sampel 135 responden.

Berdasarkan hasil penelitian, Hubungan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen (Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk) pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy adalah sangat kuat, hasil ini berdasarkan *pearson correlation* sebesar 0,788 terletak diantara interval 0,70-1,000. Analisis uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $14,748 > 1,97796$ menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel kepercayaan terhadap variabel loyalitas konsumen pada sabun Mandi Merek Lifebuoy. Analisis uji determinasi menunjukkan bahwa besarnya *R square* sebesar 0,621, artinya besarnya pengaruh variabel kepercayaan santri Pondok Pesantren Gedongsari terhadap loyalitas pada sabun Mandi Merek Lifebuoy sebesar 62,1% sedangkan sisanya (37,9%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu faktor kepuasan, ikatan emosi, kemudahan, dan pengalaman dengan perusahaan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji Syukur kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy (Studi pada Santri Pondok Pesantren Gedongsari Prambon Nganjuk)”.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tetap tercurahkan kepada junjungan besar Rosulullah Muhammad SAW, yang telah mengantarkan kita dari jalan kegelapan menuju jalan yang terang benderang yakni agama Islam dan syafaatnya yang selalu kita harapkan di hari akhir nanti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis sampaikan terimakasih yang tulus kepada semua pihak antara lain :

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM., selaku rektor IAIN Kediri;
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlih, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. Ibu Dr. Andriani, SE., MM. dan Ibu Dijan Novia Saka, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan yang baik hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini;
4. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri;
5. Teman-teman Prodi Ekonomi Syari'ah IAIN Kediri yang telah membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini;

6. Teman-teman PPZ BAZNAS Blitar Kelompok 2, KKN Dsn. Suru Ds. Suru Kec. Ngetos Kab. Nganjuk, dan teman-teman PPS OJK Maret 2019 Kediri yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini;
7. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

Walaupun penulis telah berupaya dengan segala kemampuan yang ada. Namun, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Kediri, 22 Oktober 2019

Penulis,

LUTFI BIRUL MUAWANAH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN NOTA DINAS	iii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Hipotesis Penelitian.....	17
F. Telaah Pustaka	17
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Kepercayaan Konsumen.....	22
1. Definisi Kepercayaan Konsumen.....	22

2. Komponen Kepercayaan.....	24
B. Loyalitas Konsumen.....	25
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	25
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	26
3. Bentuk-bentuk Loyalitas	27
4. Indikator Loyalitas.....	28
5. Tahap Pertumbuhan Loyalitas	29
6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	30
C. Hubungan Kepercayaan dengan Loyalitas Konsumen.....	30

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Rancangan Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Definisi Operasional Variabel.....	33
1. Variabel Kepercayaan (Variabel X).....	33
2. Variabel Loyalitas (Variabel Y)	33
D. Populasi dan Sampel.....	35
1. Populasi.....	35
2. Sampel.....	35
E. Sumber Data Penelitian.....	37
1. Data Primer.....	37
F. Metode Pengumpulan Data.....	37
G. Instrumen Penelitian....	38
H. Analisis Data.....	39

1. Persiapan.....	39
2. <i>Editing</i>	39
3. <i>Coding dan Categorizing</i>	40
4. <i>Scoring</i> (Memberi Skor).....	40
5. <i>Tabulating</i> (Penyusunan Tabel).....	41
6. <i>Processing</i>	41
I. Teknik Analisis Data.....	41
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
2. Analisis Deskriptif.....	42
3. Uji Asumsi Klasik.....	42
4. Uji Korelasi.....	43
5. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	45
6. Uji F.....	45
7. Uji Signifikasi Regresi (Uji T).....	46
8. Uji Koefisien Determinasi.....	46

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah Sabun Lifebuoy.....	49
2. Visi Misi Sabun Lifebuoy.....	49
3. Produk Sabun Lifebuoy.....	49
4. Sejarah Pondok Pesantren Gedongsari.....	50
B. Deskripsi Responden.....	51
C. Deskripsi Data.....	63

1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	64
2. Analisis Deskriptif.....	74
3. Uji Asumsi Klasik.....	75
4. Uji Autokorelasi.....	79
5. Uji Korelasi.....	80
6. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	81
7. Uji F.....	82
8. Uji Signifikasi Regresi (Uji T).....	84
9. Uji Koefisien Determinasi.....	85

BAB V : PEMBAHASAN

A. Kepercayaan Konsumen (Santri Pondok Gedongsari) pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy.....	87
B. Loyalitas Konsumen Santri Pondok Gedongsari) pada Sabun Mandi Merek Lifebuoy.....	93
C. Pengaruh Kepercayaan sabun mandi Lifebuoy terhadap Loyalitassantri di Pondok Pesantren Gedong Sari PrambonNganjuk.....	99

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal.
1.1	Daftar Pondok Salafiyah di Prambon Nganjuk.....2
1.2	Data Jumlah Santri Pondok Gedongsari Prambon Nganjuk4
1.3	Jumlah Santri Pondok Gedongsari yang Mandi di Sungai.....6
1.4	Data Jumlah Santri Pondok Gedongsari yang Memiliki Penyakit Kulit7
1.5	Data Toko dan Swalayan di Wilayah Pondok Gedongsari9
1.6	Data Jumlah Santri Pengguna Merek Sabun Mandi >1 rahun12
1.7	Data Top Brand Produk Sabun Mandi 2018-2019.....13
1.8	Data Jumlah faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Santri14
4.1	Varian Produk Sabun Mandi Lifebuoy.....50
4.2	Periodisasi Kepemimpinan Pondok Gedongsari.....55
4.3	Jadwal Kegiatan Santri Putra.....57
4.4	Jadwal Kegiatan Santri Putri.....58
4.5	Tingkatan Jenjang Pendidikan Pondok Gedongsari.....60
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....61
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia62
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Ditempuh.62
4.9	Uji Validitas Instrumen Kepercayaan66
4.10	Uji Validitas Instrumen Loyalitas Konsumen.....67
4.11	Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Sebelum Uji Coba68
4.12	Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Setelah Uji Coba.....68
4.13	Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen Sebelum Uji Coba69

4.14	Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen Setelah Uji Coba	69
4.15	Deskripsi Data Skor Penelitian.....	71
4.16	Interpretasi Skor Variabel Kepercayaan.....	72
4.17	Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan	72
4.18	Interpretasi Skor Variabel Loyalitas Konsumen.....	73
4.19	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Konsumen	73
4.20	Deskripsi Data Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen	74
4.21	Uji Autokorelasi.....	79
4.22	Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	81
4.23	Uji Regresi Sederhana.....	82
4.24	Uji F.....	83
4.25	Uji T.....	85
4.26	Uji Koefisien Determinasi.....	86
4.27	Interpretasi Skor Indikator Kepercayaan Konsumen.....	88
4.28	Distribusi Frekuensi Indikator Integritas.....	88
4.29	Distribusi Frekuensi Indikator Kompetensi.....	89
4.30	Distribusi Frekuensi Indikator Kebajikan.....	91
4.31	Interpretasi Skor Indikator Loyalitas Konsumen.....	93
4.32	Interpretasi Skor Indikator Loyalitas Konsumen.....	93
4.33	Distribusi Frekuensi Indikator Melakukan Pembelian Secara Teratur.....	94
4.34	Distribusi Frekuensi Indikator Membeli antar lini dan produk.....	95
4.35	Distribusi Frekuensi Indikator Merefrensikan Kepada Orang Lain.....	96

4.36	Distribusi Frekuensi Indikator	
	Menunjukkan Kekebalan terhadap Pesaing.....	97

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Pengasuh Pondok Gedongsari.....56
2. Gambar 4.2 : Uji Heterokedasitas.65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Pedoman Angket
2. Lampiran 2 : Tabulasi Skor Kuisisioner Variabel X dan Y
3. Lampiran 3 : Tabel R
4. Lampiran 4 : Tabel F
5. Lampiran 5 : Tabel T
6. Lampiran 6 : Tabel Chi Kuadrat
7. Lampiran 7 : Data Penelitian dan Hasil SPSS
8. Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian
9. Lampiran 9 : Daftar Konsultasi Skripsi
10. Lampiran 10 : Dokumentasi
11. Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup