



**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA CREDIT
COMPANIES DI INDONESIA**

TESIS

JOSHUA ALBERT MONAREH 1910121028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA CREDIT
COMPANIES DI INDONESIA**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister
Manajemen**

JOSHUA ALBERT MONAREH 1910121028

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM MAGISTER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Joshua Albert Monareh

NIM : 191012101028

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 15 Juni 2022
Yang menyatakan,



Joshua Albert Monareh

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Joshua Albert Monareh
NIM : 191012101028
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tesis saya yang berjudul :

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA CREDIT
COMPANIES DI INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 15 Juni 2022
Yang menyatakan,



Joshua Albert Monareh

PENGESAHAN

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA CREDIT COMPANIES DI INDONESIA

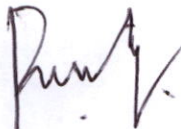
Dipersiapkan dan disusun oleh :

JOSHUA ALBERT MONAREH 1910121028

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 6 Juli 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Miguna Astuti, S.Si.,MM.,MOS.,CPM
Ketua Penguji



Dr. Prasetyo Hadi, S.E., MM., CFMP
Penguji I



Dr. Alfatih S Manggabarani, S.E., MSi
Penguji II



Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yudi Nur S S.Sos I., MM.CRA, CRP. CMA
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 9 Januari 2023

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA ASTRA CREDIT COMPANIES DI INDONESIA

Oleh Joshua Albert Monareh

Abstrak

Tujuan penelitian yaitu menganalisis faktor yang menjadi prediktor loyalitas pelanggan dari perspektif promosi dan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi, kemudian diaplikasikan pada pelanggan Astra Credit Companies. Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam penelitian dengan menetapkan desain kausalitas. Terdapat 100 pelanggan sebagai sampel penelitian yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Analisis Partial Least Square diaplikasikan untuk menguji hipotesis dengan bantuan program SmartPLS versi 3.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Promosi, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Astra Credit Companies, (2) Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Astra Credit Companies, (3) Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan Astra Credit Companies.

Kata kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Customer Loyalty Analysis On Astra Credit Companies In Indonesia

By Joshua Albert Monareh

Abstract

The research objective is to analyze the factors that are predictors of customer loyalty from the perspective of promotion and service quality with customer satisfaction as a mediation, then applied to customers of Astra Credit Companies. Quantitative approach is applied in research by establishing causality design. There were 100 customers as the research sample which was determined by purposive sampling technique. Partial Least Square analysis was applied to test the hypothesis with the help of the SmartPLS version 3.0 program. The results of the analysis show that: (1) Promotion, service quality and customer satisfaction affect customer loyalty of Astra Credit Companies, (2) Promotion and Service Quality affect customer satisfaction of Astra Credit Companies, (3) Effect of promotion and service quality on customer loyalty by mediated customer satisfaction Astra Credit Companies.

Keyword : Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

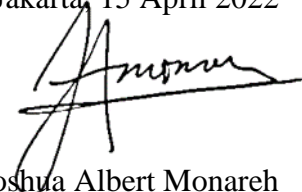
PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa menjadi penopang, hanya karena kebaikan Kasih dan Berkah-Nya lah yang menuntun penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “**Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Astra Credit Companies Di Indonesia**” dapat tercapai dan terselesaikan sesuai dan seturut dengan kehendak-Nya. Penulis dapat menyelesaikan studi pada program studi Manajemen Universitas Pembangunan Veteran Jakarta. Berkah nya penulis merasa semangat.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangun Nasional Veteran Jakarta. Bapak Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M., C.F.M.P dan Ibu Dr. Alfatih S Manggabarani, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing. Seluruh Dosen pengajar di Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dan dosen penguji yang tidak bosan memberikan masukan dan saran yang bermanfaat.

Di samping itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu untuk doa dan dukungannya, teman - teman saya yang senantiasa selalu mendukung saya dalam menyelesaikan penelitian ini dan terima kasih kepada rekan kerja, para pelanggan di Astra Credit Companies yang ikut serta membantu dan menyediakan waktunya untuk mengisi kuesioner dan menjadi responden penulis.

Jakarta, 15 April 2022



Joshua Albert Monareh

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS	iv
PENGESAHAN	v
Abstrak	vi
Abstract	Error! Bookmark not defined.ii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Pembatasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Kajian Teori.....	20
2.3 Kerangka Penelitian	32
2.3.1 Promosi Terhadap Loyalitas.....	32
2.3.2 Promosi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas	32
2.3.3 Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	33
2.3.4 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas.....	34

BAB III METODE PENELITIAN 36

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 36

3.1.1 Definisi Operasional 36

3.1.2 Pengukuran Variabel 37

3.2 Populasi dan Sampel 41

3.2.1 Populasi 41

3.2.2 Sampel 42

3.3 Teknik Pengumpulan Data 43

3.4 Teknik Analisis Data 44

3.4.1. Uji Validitas 45

3.4.2. Uji Reliabilitas 46

3.4.3. Inner Model 46

3.4.3.1 R. Square 46

3.4.3.2 Predictive Relevance (Q Square) 47

3.5 Uji Hipotesis 47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 48

4.1. Hasil Penelitian 48

4.1.1. Deskripsi Obyek Penelitian 48

4.1.2. Deskripsi Data Penelitian 50

4.1.2.1. Uji Validitas dan Reabilitas 53

4.1.2.2. Uji Asumsi Klasik 56

4.1.2.3. Analisis Regresi 65

4.1.2.4. Uji Variabel Mediasi Menggunakan Metode *Casual Step* 71

4.1.2.5. Uji Sobel Test 74

4.1.3. Perhitungan Pengaruh 77

4.1.3.1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE) 78

4.1.3.2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE) 78

4.1.3.3. Pengaruh Total (*Total Effect*) 78

4.1.4. Hasil Rekapitulasi Penelitian 79

4.2. Pembahasan 80

4.2.1. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan 80

4.2.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan 81

4.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan 82

4.2.4. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.2.5. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.2.6. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel.....	84
4.2.7. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Intervening Kepuasan Pelanggan	84
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1. Simpulan.....	86
5.2. Keterbatasan	87
5.3. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	93
RIWAYAT HIDUP.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Tahunan Pelanggan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. Tabel Dasar Teoritis dan Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 4. Operasional Variabel Promosi	38
Tabel 5. Operasional Variabel Kepuasan.....	39
Tabel 6. Operasional Variabel Loyalitas.....	40
Tabel 7. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	41
Tabel 8. Uji Reliabilitas	46
Tabel 9. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 10. Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 11. Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 12. Hasil Skor Kuesioner	50
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Instrumen	54
Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
Tabel 15. Uji Normalitas.....	58
Tabel 16. Uji Multikolinieritas Persamaan I.....	69
Tabel 17. Uji Multikolinieritas Persamaan II.....	59
Tabel 18. Uji Heteroskedastisitas Persamaan I.....	60
Tabel 19. Uji Heteroskedastisitas Persamaan II.....	61
Tabel 20. Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dan Promosi	62
Tabel 21. Uji Linearitas Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 22. Uji Linearitas Loyalitas Pelanggan dan Promosi.....	63
Tabel 23. Uji Linearitas Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan	64
Tabel 24. Uji Linearitas Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.....	64

Tabel 25. Uji Determinasi Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 26. Uji Simultan Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	66
Tabel 27. Uji Parsial Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 28. Uji Determinasi Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	68
Tabel 29. Uji Simultan Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	69
Tabel 30. Uji Parsial Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	70
Tabel 31. Koefisien Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 32. Koefisien Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	74
Tabel 33. Standar Error Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 34. Standar Error Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
Tabel 35. Koefisien Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 36. Koefisien Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
Tabel 37. Standar Error Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 38. Standar Error Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penyerahan Pemenang Undian Astra Credit Companies	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. Rerangka konsep Penelitian	34
Gambar 3. Rumus Formula Slovin.....	42
Gambar 4. PLS	45
Gambar 5. Grafik Normal P-Plot Persamaan 1	57
Gambar 6. Grafik Normal P-Plot Persamaan 2.....	57
Gambar 7. Analisis Substruktural 1	65
Gambar 8. Analisis Substruktural 2	68
Gambar 9. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan	71
Gambar 10. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Kepuasan	73
Gambar 11. Uji Sobel Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Intervening.....	75
Gambar 12. Uji Sobel Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2. Identitas Responden.....	94
Lampiran 3. Kuesioner.....	95
Lampiran 4. Data Responden.....	99
Lampiran 5. Hasil Kuesioner	102