

**SKRIPSI**

**PREDIKSI PELAYANAN PELANGGAN, KUALITAS  
PRODUK, KEBIJAKAN HARGA, FISIK TOKO, DAN  
KESADARAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI  
KEPERCAYAAN PENGECEK SEBAGAI MEDIASI  
DI IKEA ALAM SUTERA**



**DIAJUKAN OLEH**

**NAMA : RAE NITTA WANDRIANI**

**NIM : 115160172**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI SARJANA S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**2019**

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : RAE NITTA WANDRIANI  
NO. MAHASISWA : 115160172  
JURUSAN : S-1 / MANAJEMEN BISNIS  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PREDIKSI PELAYANAN PELANGGAN,  
KUALITAS PRODUK, KEBIJAKAN HARGA,  
FISIK TOKO, DAN KESADARAN TERHADAP  
LOYALITAS MELALUI KEPERCAYAAN  
PENGECER SEBAGAI MEDIASI DI IKEA ALAM  
SUTERA

Jakarta, Januari 2020

Pembimbing,



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rae Nitta Wandriani  
NIM : 115160172  
Program Studi : S-1/ MANAJEMEN

**Judul Skripsi**

PREDIKSI PELAYANAN PELANGGAN, KUALITAS PRODUK, KEBIJAKAN HARGA, FISIK TOKO, DAN KESADARAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPERCAYAAN PENGECEK SEBAGAI MEDIASI DI IKEA ALAM SUTERA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 14 Januari 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.
2. Anggota : Yusbardini, Dra., M.E

Jakarta, 22 Januari 2020

Pembimbing



(Herlina Budiono, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**  
**JAKARTA**

- (A) RAE NITTA WANDRIANI (115160172)
- (B) PREDIKSI PELAYANAN PELANGGAN, KUALITAS PRODUK, KEBIJAKAN HARGA, FISIK TOKO, DAN KESADARAN TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPERCAYAAN PENGE CER SEBAGAI MEDIASI DI IKEA ALAM SUTERA
- (C) xvi + 105 halaman, 2019, tabel 32, gambar 6, lampiran 6
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah pelayanan pelanggan, kualitas produk, kebijakan harga, fisik toko, dan kesadaran dapat memprediksi loyalitas dengan variabel mediasi kepercayaan pengecer pada IKEA Alam Sutera. Sampel dipilih dengan menggunakan metode *convenience sampling* yang berjumlah 150 responden di Universitas Tarumanagara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan memiliki prediksi positif yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pengecer sebagai variabel mediasi, kualitas produk memiliki prediksi negatif yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pengecer sebagai variabel mediasi, kebijakan harga memiliki prediksi positif yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pengecer sebagai variabel mediasi, fisik toko memiliki prediksi positif yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pengecer sebagai variabel mediasi, dan kesadaran memiliki prediksi positif yang signifikan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pengecer sebagai variabel mediasi.
- (F) Kata Kunci: Pelayanan pelanggan, kualitas produk, kebijakan harga, fisik toko, kesadaran, kepercayaan pengecer, dan loyalitas
- (G) Daftar bacaan 25 (1975-2017)
- (H) Herlina Budiono, S.E., M.M.

**ABSTRACT**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
ECONOMICS AND BUSINESS FACULTY  
JAKARTA**

(A) RAE NITTA WANDRIANI (115160172)

(B) *PREDICTION CUSTOMER SERVICE, PRODUCT QUALITY, PHYSICAL STORE, AND AWARENESS OF LOYALTY WITH RETAILER TRUST AS MEDIATION AT IKEA ALAM SUTERA*

(C) *xvi + 105 pages, 2019, table 32, picture 6, attachments 6*

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: The purpose of this study is to examine whether customer service, product quality, pricing policy, and awareness can predict loyalty with the retailer trust as a mediation variable at IKEA Alam Sutera. The sample was selected using a convenience sampling method, amounting to 150 respondents at Universitas Tarumanagara. The results of this study indicate that customer service has a significant positive prediction of loyalty through retailer trust as a mediating variable, product quality has a significant negative prediction of loyalty through retailer trust as a mediating variable, price policy has a significant positive prediction of loyalty through retailer trust as mediation variable, physical store has a significant positive prediction of loyalty through retailer trust as a mediating variable, and awareness has a significant positive prediction of loyalty through retailer trust as a mediating variable.*

(F) *Keywords: Customer Service, Product Quality, Pricing Policy, Physical Store, Awareness, Retailer Trust, and Loyalty*

(G) *References List 25 (1975-2017)*

(H) *Herlina Budiono, S.E., M.M.*