

Consumer behavior

	UNIVERSITAS INDONESIA FAKULTAS HUKUM JURUSAN HUKUM
23 FEB 2007	
326/EM/Hd.2/2007	
Rf 658.8342 Dwi 06	

	UNIVERSITAS INDONESIA FAKULTAS HUKUM JURUSAN HUKUM
---	--

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN,
SWITCHING COST KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM**

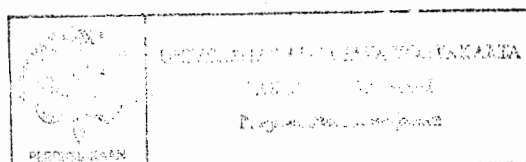
SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :
Dwi Artha Agustiningsih
NPM : 02 03 13923**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
SEPTEMBER, 2006**



SKRIPSI

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN,
SWITCHING COST KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM**

Disusun Oleh:

Dwi Artha Agustiningsih

NPM : 02 03 13923

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



(M.F. Sheellyana Junaedi, SE., M.Si)

Tanggal, 10 Agustus 2006

SKRIPSI
PENGARUH CITRA PERUSAHAAN,
***SWITCHING COST* KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN**
KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM

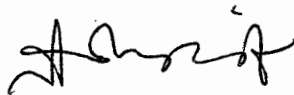
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Dwi Artha Agustiningsih
No.Mhs : 13923 / EM
NPM : 02 03 13923

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 9 September 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

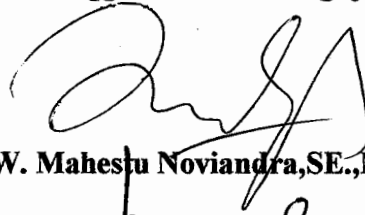
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



M.F. Sheellyana Junaedi, SE., M.Si

Anggota Panitia Penguji



W. Mahestu Noviandra, SE., Mscib

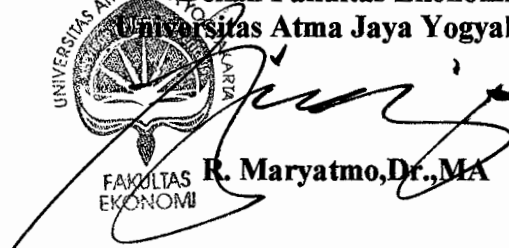


Drs. A.Dedy Handrimurtjahjo, MBM

Yogyakarta, 9 September 2006

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta




R. Maryatmo, Dr., MA

PERNYATAAN

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

**PENGARUH CITRA PERUSAHAAN,
SWITCHING COST KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN
KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM**

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

Yogyakarta, 10 Agustus 2006

Yang menyatakan



Dwi Artha Agustiningsih

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, SWITCHING COST KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM”**. Adapun tujuan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dorongan semangat dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tak langsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan sepuh hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu M.F.Shellyana Junaedi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan motivasi serta ilmu yang menambah pengetahuan penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Terima kasih untuk kesabarannya dalam membimbing ditengah kesibukannya yang padat
2. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membimbing selama kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bapak dan Ibu yang telah bekerja keras membiayai kuliah, serta tak henti-hentinya mendoakan serta menasehati. Serta untuk kakak tersayang Yuli Artha yang memberikan bantuan baik material maupun spiritual, memberi semangat serta dorongan.
4. Special thanks to “Beloved friends, brothers & boyfriends” Hery Cayank yang selalu menemani disetiap suka duka dan selalu menyalakan api semangat dan menghibur dikala sedih. Terimakasih untuk kesabaran, cinta dan kasihmu selama 8,5 tahun setia mendampingi.
5. Veny, Renci, Yorita yang telah membantu pengisian dan penyebaran kuisioner sehingga semua kuisioner dapat kembali dengan baik.
6. Teman-teman seperjuangan bimbingan Bu Shelly ; Iren, Santo, Eva dan Agus, terimakasih atas bantuan kalian dan kebersamaan kita selama ini.
7. Ipit, Nini dan Sekar, teman-teman kostku yang sering membantu dan menceriakan hari-hari dikost-kost-an.
8. Teh Bunga, yang sering membantu. Terimakasih untuk semua bantuanmu.
God Bless You.
9. Teman-teman seperjuangan KKN ; Linda, Bunga, Devi, cie Susi, Budi yang sering membantu disaat ada kesulitan. Kenangan KKN sungguh berarti bagiku.
10. Serta semua pihak yang belum disebutkan.

Dalam menyusun skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal ini tidak lepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 10 Agustus 2006

Penulis

***“Imagination is the beginning of creation. You
imagine what you desire; you will what you
imagine, and at last you create what you will”***

**(George Bernard Shaw, 19th century Irish playwright,
critic, and social reformer)**

**“Tuhan akan mengijinkan hamba-Nya berhasil saat
dia mengerti bahwa sukses tidak membuatnya lebih
disayangi oleh Tuhan atau lebih bernilai
ketimbang segala sesuatu”**

(A.W.Tozer)



*Kupersembahkan untuk keluargaku tercinta
Bapak, Ibu, mba' Yuli dan Hery Cayang
Untuk semua harapan yang telah kalian percayakan padaku
Serta cinta, kasih dan doa yang selalu mengiringi perjalanan hidupku
Terima kasih*

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	viii
Halaman Persembahan.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Intisari.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
2.1. Loyalitas Pelanggan.....	14
2.2. Kesetiaan Merek.....	15
2.3. Citra Perusahaan.....	16
2.4. <i>Switching Cost</i> Konsumen.....	17
2.5. Kepercayaan.....	18

2.6. Kualitas Jasa.....	19
2.7. Penelitian Sebelumnya.....	19
2.8. Hipotesis.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian.....	24
3.2. Lokasi Penelitian.....	24
3.3. Objek Penelitian.....	25
3.4. Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1. Penentuan Populasi.....	25
3.4.2. Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.5. Metoda Pengumpulan Data.....	26
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.7. Metoda Pengujian Instrumen.....	34
3.7.1. Uji Validitas.....	35
3.7.1.1. Uji Validitas Variabel <i>Switching Cost</i> Konsusmen.....	35
3.7.1.2. Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	36
3.7.1.3. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	37
3.7.1.4. Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	37
3.7.1.5. Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa.....	38
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	39
3.8. Metoda Analisis Data.....	41
3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.8.2. Analisis Regresi Sederhana.....	41
3.8.3. Analisis Anova.....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Umum Penelitian.....	43
4.2. Analisis Karakteristik Responden.....	43
4.3. Statistik Deskriptif.....	45
4.4. Analisis Data Penelitian.....	45
4.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.4.1.1. Analisis Regresi Linear Berganda Terhadap Rumusan	
Masalah Pertama (H1).....	46
4.4.1.2. Analisis Regresi Linear Berganda Terhadap Rumusan	
Masalah Kedua (H2).....	50
4.4.2. Analisis Regresi Sederhana.....	54
4.4.2.1. Analisis Regresi Sederhana Terhadap rumusan Masalah	
Ketiga (H3).....	54
4.4.2.2. Analisis Regresi Sederhana Terhadap Rumusan Masalah	
Ketiga (H4).....	57
4.4.3. Analisis Anova.....	60
4.4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64

BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	67
5.2. Implikasi Manajerial dan Saran.....	70

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

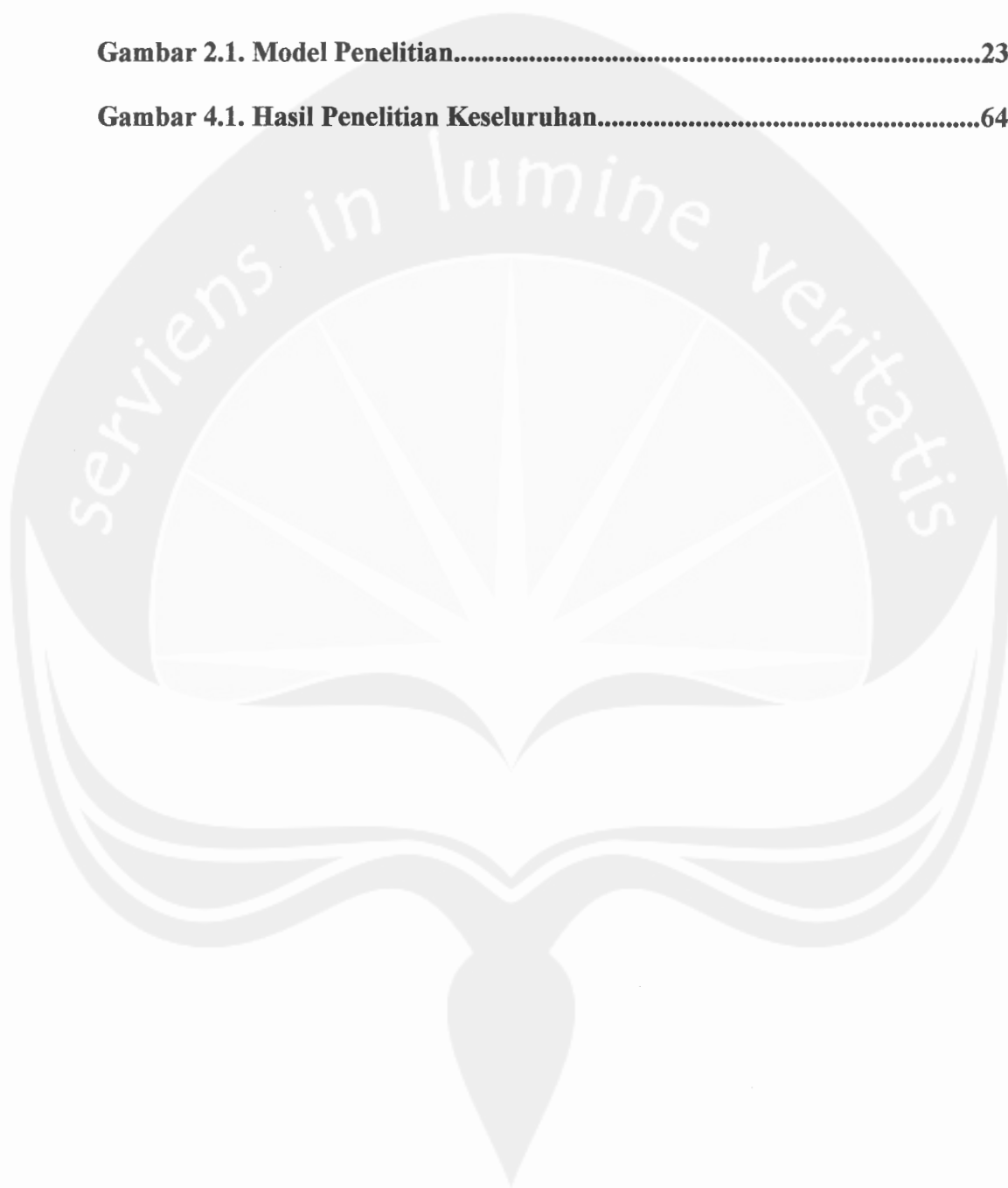
	Halaman
Tabel 3.1. Uji Validitas Variabel <i>Switching Cost</i> Konsumen.....	35
Tabel 3.2. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	36
Tabel 3.3. Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	37
Tabel 3.4. Uji Validitas Variabel Kepercayaan.....	38
Tabel 3.5. Uji Validitas Variabel Kualitas Jasa.....	38
Tabel 3.6. Uji Reliabilitas Seluruh Variabel.....	40
Tabel 4.1. Profil Responden.....	44
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 4.3. <i>Model Summary</i> Regresi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	46
Tabel 4.4. Hasil Regresi Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
Tabel 4.5. Koefisien Regresi terhadap Loyalitas Pelanggan.....	48
Tabel 4.6. <i>Model Summary</i> Regresi terhadap <i>Switching Cost</i> Konsumen.....	51
Tabel 4.7. Hasil Regresi Simultan terhadap <i>Switching Cost</i> Konsumen.....	51
Tabel 4.8. Koefisien Regresi terhadap <i>Switching Cost</i> Konsumen.....	52
Tabel 4.9. <i>Model Summary</i> Regresi terhadap Kepercayaan.....	54
Tabel 4.10. Hasil Regresi Simultan terhadap Kepercayaan.....	55
Tabel 4.11. Koefisien Regresi terhadap Kepercayaan.....	56
Tabel 4.12. <i>Model Summary</i> Regresi terhadap Citra Perusahaan.....	57
Tabel 4.13. Hasil Regresi Simultan terhadap Citra Perusahaan.....	58
Tabel 4.14. Koefisien Regresi terhadap Citra Perusahaan.....	59

Tabel.4.15. Hasil Uji Anova Antar Variabel Berdasarkan Uang Saku /	
Pendapatan Per Bulan Responden.....	60
Tabel 4.16. Hasil Uji Anova Antar Variabel Berdasarkan Lamanya	
Penggunaan Kartu Prabayar GSM.....	62



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Penelitian.....	23
Gambar 4.1. Hasil Penelitian Keseluruhan.....	64



PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, SWITCHING COST KONSUMEN, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK KARTU PRABAYAR GSM

Disusun oleh :
Dwi Artha Agustiningsih
NPM : 02 03 13923

Pembimbing Utama

M.F. Shellyana Junaedi, SE, M.Si

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui adanya pengaruh variabel citra perusahaan, *switching cost* konsumen, kepercayaan dan kualitas jasa yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) mengetahui adanya pengaruh kepercayaan dan kualitas jasa yang signifikan terhadap *switching cost* konsumen, (3) mengetahui adanya pengaruh kualitas jasa yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen dan citra perusahaan dan (4) mengetahui adanya perbedaan persepsi dalam citra perusahaan, *switching cost* konsumen, kepercayaan, kualitas jasa dan loyalitas pelanggan ditinjau dari uang saku / pendapatan dan lamanya penggunaan kartu prabayar GSM. Metoda penelitian yang digunakan adalah survai yang diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden dan diolah menggunakan uji analisis Regresi Linear berganda Regresi Sederhana dan Analisis Anova. Yang sebelumnya diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya.

Temuan yang didapat dari penelitian ini bahwa *switching cost* konsumen, kepercayaan, citra perusahaan dan kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas jasa dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap *switching cost* konsumen. Kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan citra perusahaan. Berdasarkan uang saku / pendapatan responden per bulan tidak ada perbedaan persepsi responden terhadap dimensi *switching cost* konsumen, loyalitas pelanggan, kepercayaan dan kualitas jasa yang berarti bahwa persepsi konsumen terhadap pertanyaan-pertanyaan dari dimensi ini berdasarkan uang saku / pendapatan per bulan responden yang menggunakan kartu prabayar GSM relatif sama. Sedangkan untuk dimensi citra perusahaan dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi dimensi ini berdasarkan uang saku / pendapatan perbulan responden. Berdasarkan lamanya penggunaan kartu prabayar GSM dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ada perbedaan persepsi responden terhadap dimensi loyalitas pelanggan dan kepercayaan, yang berarti bahwa persepsi konsumen terhadap pertanyaan-pertanyaan dari dimensi ini berdasarkan lamanya pemakaian kartu prabayar GSM relatif sama. Namun untuk dimensi *switching cost* konsumen, citra perusahaan dan kualitas jasa dapat dikatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi dimensi ini berdasarkan lamanya pemakaian kartu prabayar GSM.

Kata kunci : Citra perusahaan, *switching cost* konsumen, kepercayaan, kualitas jasa dan loyalitas pelanggan.