

Pengaruh nilai dan kepercayaan terhadap loyalitas pada industri telekomunikasi seluler = The effect of value and trust on loyalty in mobile telecommunication industry

Firmansyah Juang Perkasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368179&lokasi=lokal>

Abstrak

Industri telekomunikasi seluler terus tumbuh dan persaingannya semakin kompetitif di Indonesia. Banyaknya penyedia jasa telekomunikasi seluler ditambah dengan jumlah nomor seluler yang beredar yang telah melebihi jumlah penduduk, membuat isu loyalitas dalam industry ini menarik untuk dibahas. Data menyebutkan tingkat perpindahan operator (switching operator) di Indonesia cukup tinggi. Operator seluler memiliki tantangan berat untuk menjaga loyalitas pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai dan kepercayaan terhadap loyalitas pada industry telekomunikasi seluler di Indonesia. Responden dalam penelitian ini adalah 168 pengguna operator seluler yang tinggal di wilayah Jabodetabek dan berusia minimal 18 tahun. Sebuah model penelitian dengan empat hipotesis diuji menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengetahui hubungan nilai, kepercayaan dan loyalitas dengan moderasi usia berlangganan (relationship age) dan rata-rata biaya pengeluaran (usage level). Hasil penelitian menyatakan bahwa nilai berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Kepercayaan memediasi pengaruh nilai terhadap loyalitas. Relationship age memoderasi hubungan yang positif antara nilai dan kepercayaan, dan antara kepercayaan dan loyalitas. Usage level tidak memoderasi hubungan yang positif antara nilai dan kepercayaan, dan antara kepercayaan dan loyalitas.

<hr>

Mobile telecommunications industry continues to grow and increasingly competitive competition in Indonesia. The number of providers of mobile telecommunications services with the number of circulating cell numbers that exceed the population, make the issue of loyalty in the industry are of particular interest. The data said level of switching operator in Indonesia is quite high. Mobile operators have a tough challenge to maintain customer loyalty. This study aims to see the effect of value and trust on loyalty in mobile telecommunication industry in Indonesia. Respondents in this study were 168 mobile operator users who live in the Jabodetabek and at least was 18 years old. A research model with four hypotheses were tested using Structural Equation Modeling (SEM) to see the the relationship of value, trust, and loyalty with relationship age and usage level (monthly expenditure) as moderating variables. The study states that value has positive effect on trust. Trust mediates the positive effect of value on loyalty. Relationship age moderates the positive relationship between value and trust, and between trust on loyalty. Usage level doesn't moderates the positive relationship between value and trust, and between trust on loyalty.