

Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, trust, switching cost, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan layanan televisi berbayar = The effect of service quality, customer satisfaction, trust, switching cost, and price perception on customer loyalty in pay tv services

Alia Latifah Hanum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20467936&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Tingginya potensi pasar layanan TV berbayar di Indonesia yang dibarengi dengan munculnya banyak operator baru membuat persaingan industri ini menjadi sangat ketat sehingga loyalitas konsumen dinilai sebagai faktor yang sangat krusial bagi kelangsungan bisnis. Penelitian ini merupakan sebuah studi kuantitatif dengan 179 responden pelanggan TV berbayar di area Jabodetabek, dengan tujuan untuk mempelajari pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, trust, switching cost, dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan TV berbayar di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan kualitas pelayanan terbukti signifikan mempengaruhi trust dan kepuasan konsumen, selain itu switching cost dan persepsi harga terbukti signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen.

Namun demikian trust dan kepuasan konsumen tidak terbukti signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen, demikian juga dengan kualitas pelayanan yang tidak terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen secara langsung. Hal menarik ditemukan bahwa meskipun kualitas pelayanan signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan trust, namun pengaruh keduanya terhadap loyalitas tidaklah signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen tidak bergantung pada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, seperti yang selama ini ditekankan. Faktor lain seperti switching cost dan persepsi harga juga ternyata menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam mengembangkan strategi bisnis guna meningkatkan loyalitas konsumen layanan TV berbayar.

.....Big market potentiality of pay-TV in Indonesia along with the emergence of many new service providers has made the market very competitive nowadays. This condition turns customer loyalty into one of the most crucial factor for the success of the business itself. This is a quantitative study with 179 customers of Pay-TV service located in Jabodetabek area as respondents, purposed to examine the effect of service quality, customer satisfaction, trust, switching cost, and price perception on customer loyalty in pay-TV services in Indonesia. The result shows that switching cost and price perception significantly affect customer loyalty on pay-TV services.

Interesting findings are that eventough service quality strongly affecting customer satisfaction and trust, in fact the effects of both variabels on customer loyalty was not significant. In business aspect, these results shows that customer loyalty was not determined by service quality and customer satisfaction, as has always been emphasized. In fact, other aspects like switching cost, and price perception has turn out to be the important factors to be considered in developing business strategies to increase the customer loyalty in pay-TV services in Indonesia.