



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA PELANGGAN IM3 DI JAKARTA SELATAN
DAN DEPOK)**

SKRIPSI

**FAUZIA FYANDA PUTRI
0905100173**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA REGULER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA**

**DEPOK
JUNI 2009**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN
(STUDI PADA PELANGGAN IM3 DI JAKARTA SELATAN
DAN DEPOK)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Sosial dalam bidang Ilmu Administrasi**

**FAUZIA FYANDA PUTRI
0905100173**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM SARJANA REGULER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA**

**DEPOK
JUNI 2009**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Fauzia Fyanda Putri

NPM : 0905100173

Tanda Tangan :

Tanggal : 22 Juni 2009

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Fauzia Fyanda Putri
NPM : 0905100173
Program Studi : Administrasi Niaga
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap
Loyalitas Konsumen (Studi pada Pelanggan IM3 di
Jakarta Selatan dan Depok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Fatimah Muchtar, S.Sos, ME ()

Ketua Sidang : Dra. Tutie Hermiati, MA ()

Penguji : Drs. Achmad Fauzi, ME ()

Penguji : Drs. Heri Faturahman, M.Si ()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 22 Juni 2009

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fauzia Fyanda Putri
NPM : 0905100173
Program Studi : Administrasi Niaga
Departemen : Ilmu Administrasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap Loyalitas Konsumen (Studi pada Pelanggan IM3 di Jakarta Selatan dan Depok)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Depok,
15 Juni 2009

Penulis

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan bagi:

1. Orang tua, yang karena dukungan dan doa merekalah penulis akhirnya bisa menyelesaikan penelitian ini tepat waktu. Tiada kata yang bisa penulis katakan atas segala kesabaran serta doa dan dukungan yang telah diberikan selama ini selain terima kasih.
2. Kakak, adik, serta eyang yang telah mendukung penulis.
3. Stino, Lita, Tice, Ache, Zona, Qmel, Ise, Nona, atas segala kebersamaan dan kegilaan yang telah kita lalui. Empat tahun kita lalui dengan suka tanpa duka. Tawa kita akan selalu membekas di seluruh penjuru FISIP. *Let's make this friendship lasts forever, guys!*
4. Kedjora: Audia, Pedut, Amel, Monmon, Bunttil, Dita Sapi, Firdha bQ. Saat-saat menghedon bersama kalian tidak akan terlupakan. Tak peduli sesusah apapun, sesedih apapun, saat bersama kalian adalah saat di mana kita menjadi diri sendiri. *It's amazing how we never fail to laugh over the things that happened years ago. I had some of my best laughs in my life with you bunch and I can't wait to make some others. ILU girls!*
5. Hanum dan Dyn2, walaupun kita jarang bertemu namun keberadaan kalian selalu terasa.
6. Teman-teman ADM 05 atas segala kebersamaannya.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian ini, terima kasih.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat melewati segala hambatan dan permasalahan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti mendapat banyak sekali bantuan dan dukungan, baik langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Shergi Laksmono, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia
2. Dr. Roy V. Salomo, M Soc, Sc selaku Ketua Program S1 Reguler Ilmu Administrasi,
3. Ixora Lundia, S.Sos, MS selaku Ketua Program S1 Reguler Ilmu Administrasi Niaga,
4. Dra. Tutie Hermiatie, MA selaku pembimbing akademik penulis,
5. Fatimah Muchtar, S. Sos, ME selaku pembimbing skripsi penulis yang dengan penuh kesabaran membimbing serta memberikan saran-saran yang berharga kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,
6. Para dosen FISIP UI pada umumnya dan dosen Ilmu Administrasi Niaga pada khususnya beserta seluruh staf karyawan di lingkungan FISIP UI,

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 15 Juni 2009

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| LEMBAR ORISINALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH | iv |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| | |
| 1. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Permasalahan..... | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Signifikansi Penelitian..... | 10 |
| 1.4.1 Bagi Akademisi | 10 |
| 1.4.2 Bagi Praktisi | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 10 |
| | |
| 2. KERANGKA TEORI DAN METODE PENELITIAN | 12 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka | 12 |
| 2.2 Kerangka Teori..... | 14 |
| 2.2.1 Nilai | 14 |
| 2.2.2 Nilai Pelanggan (<i>Customer Perceived Value</i>)..... | 16 |
| 2.2.2.1 Kerangka Kerja Nilai Pelanggan | 19 |
| 2.2.2.2 Tipe-Tipe Nilai | 21 |
| 2.2.3 Loyalitas Konsumen..... | 22 |
| 2.3 Model Analisis | 28 |
| 2.4 Hipotesis..... | 28 |
| 2.5 Operasionalisasi Konsep | 29 |
| 2.5.1 <i>Customer Perceived Value</i> | 29 |
| 2.5.2 Loyalitas Konsumen..... | 31 |
| 2.6 Metode Penelitian..... | 32 |
| 2.6.1 Pendekatan Penelitian | 32 |
| 2.6.2 Jenis Penelitian..... | 33 |
| 2.6.3 Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| 2.6.4 Populasi dan Sampel | 35 |
| 2.6.7 Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 2.7 Keterbatasan Penelitian | 40 |
| | |
| 3. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 41 |
| 3.1 PT Indosat Tbk | 41 |
| 3.1.1 Profil Perusahaan..... | 41 |
| 3.1.2 Visi dan Misi | 44 |

| | |
|---|-----------|
| 3.1.3 Strategi Pemasaran | 45 |
| 3.1.4 <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> PT Indosat..... | 47 |
| 3.1.5 Komunikasi Pemasaran PT Indosat..... | 49 |
| 3.2 Produk Indosat..... | 51 |
| 3.2.1 Matrix | 51 |
| 3.2.2 Mentari | 51 |
| 3.2.3 IM3 | 52 |
| 3.2.3.1 Fitur IM3 | 52 |
| 3.2.3.2 <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> IM3..... | 55 |
| 3.2.3.3 Komunikasi Pemasaran IM3..... | 56 |
| 4. GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN | 59 |
| 4.1 Analisis Hasil <i>Pretest</i> | 59 |
| 4.1.1 Analisis Validitas Dimensi dan Indikator Penelitian | 59 |
| 4.1.2 Reliabilitas Indikator Penelitian | 63 |
| 4.1.3 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas Pasca <i>Pretest</i> | 64 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 66 |
| 4.2.1 Analisis Data Deskriptif | 66 |
| 4.2.1.1 Usia | 67 |
| 4.2.1.2 Pekerjaan..... | 68 |
| 4.2.1.3 Lama Menggunakan IM3..... | 69 |
| 4.2.2 Analisis Variabel Penelitian | 70 |
| 4.2.2.1 Analisis Dimensi <i>Customer Perceived Value</i> | 70 |
| 4.2.2.2 Analisis Variabel Loyalitas Konsumen | 76 |
| 4.3 Uji Normalitas | 79 |
| 4.4 Analisis Statistik Inferensia..... | 80 |
| 4.4.1 Analisis Regresi..... | 81 |
| 4.4.2 Analisis Hipotesis Penelitian..... | 83 |
| 4.4.2.1 Pengaruh Fungsional terhadap Loyalitas Konsumen..... | 86 |
| 4.4.2.3 Pengaruh Emosional terhadap Loyalitas Konsumen | 87 |
| 4.5 Implikasi Manajerial..... | 88 |
| 5. PENUTUP | 92 |
| 5.1 Simpulan..... | 92 |
| 5.2 Saran | 92 |
| DAFTAR REFERENSI | 94 |
| LAMPIRAN | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1 | Perbandingan Tarif Layanan Standar IM3 dengan Operator GSM Lain (November 2008)..... | 5 |
| Tabel 2.1 | Pendekatan Multidimensional terhadap Nilai | 20 |
| Tabel 2.2 | Operasionalisasi Konsep Variabel <i>Customer Perceived Value</i> | 29 |
| Tabel 2.3 | Operasionalisasi Konsep Variabel Loyalitas Konsumen | 31 |
| Tabel 2.4 | Ukuran Validitas | 39 |
| Tabel 3 | Segmentasi Produk Indosat..... | 47 |
| Tabel 4.1 | Nilai KMO <i>Measure of Sampling Adequacy</i> , <i>Barlett Test of Sphericity</i> , dan Variansi Tiap Dimensi Penelitian..... | 60 |
| Tabel 4.2 | Nilai <i>Anti Image</i> dan <i>Factor Loading</i> Indikator-Indikator Penelitian (<i>Pretest</i>) | 61 |
| Tabel 4.3 | Ukuran Reliabilitas Variabel dan Dimensi <i>Cronbach Alpha</i> | 63 |
| Tabel 4.4 | Nilai <i>Anti Image</i> dan <i>Factor Loading</i> Indikator-Indikator Penelitian..... | 64 |
| Tabel 4.6 | <i>Mean</i> Dimensi Fungsional | 70 |
| Tabel 4.7 | <i>Mean</i> Dimensi Emosional..... | 74 |
| Tabel 4.8 | <i>Mean</i> Variabel Loyalitas Konsumen | 76 |
| Tabel 4.9 | <i>Model Summary</i> | 82 |
| Tabel 4.10 | ANOVA | 82 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Signifikasi Tiap Dimensi..... | 83 |
| Tabel 4.12 | Perbandingan Antara t-statistik dengan t-tabel Fungsional | 86 |
| Tabel 4.13 | Perbandingan Antara t-statistik dengan t-tabel Emosional..... | 88 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Rumah Tangga yang Memiliki Ponsel..... | 2 |
| Gambar 1.2 Rata-Rata Jumlah Nomor Ponsel per 100 Penduduk | 3 |
| Gambar 2.1 Model Efek <i>Perceived Value</i> dan Keseluruhan Kepuasan Terhadap Loyalitas..... | 27 |
| Gambar 2.2 Model Analisis | 28 |
| Gambar 3.1 Logo Baru Indosat..... | 45 |
| Gambar 3.2 Logo IM3 | 55 |
| Gambar 4.1 Usia | 67 |
| Gambar 4.2 Pekerjaan..... | 68 |
| Gambar 4.3 Lama Menggunakan IM3 | 69 |
| Gambar 4.4 Uji Normalitas | 79 |
| Gambar 4.5 <i>Detrendend Normal</i> | 80 |