

ABSTRAK

Rio Wibowo, 0602002043

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Seluler GSM Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Indonesia Depok

xiv+99 hlm+6 hlm daftar pustaka+21 lampiran+30 tabel+7 gambar

Industri Seluler GSM telah mencapai tahapan *maturity*, sehingga pertumbuhan dan margin keuntungannya tidak setinggi tahun-tahun sebelumnya. Dengan penetrasi telepon seluler sebesar 40%, pasar ponsel Indonesia menuju *maturity*. Untuk meningkatkan pelanggan dan *margin* akan sulit, sehingga yang paling memungkinkan adalah *me-maintain* konsumen yang ada.

Karena itulah, sebaiknya perusahaan Operator seluler GSM mengetahui faktor apakah yang menjadi pendorong utama dalam membangun loyalitas konsumen. Model yang digunakan adalah model yang diajukan oleh Aydin dan Ozer (2005). Dimana Kualitas Jasa, persepsi biaya peralihan, citra perusahaan dan kepercayaan diasumsikan mempengaruhi loyalitas konsumen. Selain itu juga akan diuji apakah kualitas jasa memiliki pengaruh positif terhadap persepsi biaya peralihan, citra perusahaan, kepercayaan dan loyalitas konsumen. Serta akan diuji juga pengaruh kepercayaan terhadap persepsi biaya peralihan

Responden yang diambil adalah mahasiswa UI dari 10 (sepuluh) fakultas yang ada di kampus UI Depok. Data dianalisa melalui analisa SEM, crosstabs dan deskriptif statistik. Guna untuk mengetahui faktor manakah yang memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya variabel kepercayaan saja yang memiliki pengaruh positif langsung terhadap loyalitas. Sementara itu kualitas jasa hanya mempengaruhi variabel citra perusahaan dan kepercayaan.