



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS KONSUMEN SELULER GSM

STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS INDONESIA DEPOK

Diajukan Oleh :

RIO WIBOWO

06 02 00 2043

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

DEPARTEMEN MANAJEMEN

2008

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadapan Allah SWT, sang penguasa alam semesta karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini tepat pada waktunya sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Penulisan skripsi ini merupakan pengujian dari penelitian Serkan Aydin dan Gokhan Ozer (2005) yang membahas loyalitas konsumen telepon seluler di Turki dalam konteks yang berbeda dan dalam bentuk yang lebih sederhana. Penulis memilih pembahasan ini karena ada rasa ingin tahu yang keluar dari diri penulis setelah melihat gencarnya promosi-promosi yang dilakukan oleh para operator seluler. Setelah penulis mengamati lingkungan sekitar penulis, beberapa orang memang berpindah operator sementara beberapa orang lainnya termasuk penulis masih setia menggunakan operator yang sama. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti lebih lanjut, apakah faktor-faktor yang diajukan oleh Aydin dan Ozer (2005) memang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen seluler GSM di Indonesia.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami berbagai macam suka dan duka. Suka yang dialami Suka yang dialami penulis diantaranya penulis menikmati proses *idea generation* dan tukar pikiran yang dilakukan dengan pembimbing skripsi dan studi pustaka yang dilakukan karena memberikan *insight-insight* dan pemahaman baru kepada penulis mengenai manajemen pemasaran dan dunia bisnis pada umumnya. Duka yang penulis alami dalam penelitian ini adalah penulis hanya memiliki tenggat waktu yang sangat cepat sehingga penulis harus memforsir pikiran dan tenaga untuk menyelesaikannya dalam waktu yang sudah ditentukan.

Pada kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Bapak Prof.Dr. Bambang Brodjonegoro selaku Dekan Fakultas Ekonomi UI.
2. Bapak Bambang Hermanto, Ph.D. selaku Ketua Departemen Manajemen FEUI.

3. Ibu Gita Gayatri, SE., MM. selaku pembimbing skripsi saya. Terima kasih atas bimbingannya dan mohon maaf atas segala kerepotan yang saya sebabkan. Sungguh suatu kehormatan bagi saya dapat dibimbing oleh Ibu.
4. Bapak Dony Abdul Chalid SE., MM. selaku penguji skripsi saya.
5. Ibu Lies Suzanawaty, SE., Msi selaku penguji skripsi saya.
6. Ayahanda Tercinta sekaligus Terhormat Dr. Setyo Hari Wijanto.
7. Mas Aji dari Departemen Manajemen yang telah memberikan bantuan yang tak terhingga sampai skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
8. Mas Gino dari Departemen Manajemen yang juga telah memberikan bantuan yang tak terhingga sehingga saya bisa diberi kesempatan make-up test.
9. Ibu Erry Sukriah dari Departemen Ilmu Ekonomi yang telah memberikan bantuan yang tak terhingga sehingga saya akhirnya bisa lulus mata kuliah makroekonomi 1.
10. Seluruh staff pengajar FEUI beserta asisten, khususnya staff pengajar Departemen Manajemen dan Korps Asisten atas ilmu pengetahuan yang diberikan.
11. Keluarga tercinta Mama, Papa, Mas Oky, d'Rama, Mbak Cory dan keponakan tercinta Nera atas support yang telah diberikan selama perkuliahan.
12. Seluruh teman-teman Manajemen 2002 pada khususnya dan seluruh teman-teman FEUI 2002 pada umumnya *for the time we all spend here*.
13. Teman-teman 2003 yang telah menemani saya selama *my extended stay on campus*.
14. Teman-teman senior dan junior yang lain yang telah memberikan support.
15. *My Brothers and sister*, Ogie, Riko, Ditha dan Satria *for the brotherhood that last till doomsday come!!!*
16. *My Beloved* Aryani Try Juniarti, atas segala dukungan, kasih sayang, doa dan kesabaran yang kamu berikan untukku.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.5. Landasan Teori.....	7
1.5.1. Loyalitas Konsumen (<i>Loyalty</i>)	8
1.5.2. Persepsi Kualitas Jasa (<i>Perceived Service Quality</i>)	8
1.5.3. Persepsi Biaya Peralihan (<i>Perceived Switching Cost</i>)	9
1.5.4. Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)	9
1.5.5. Kepercayaan (<i>Trust</i>)	10
1.6. Model dan Hipotesis Penelitian	11
1.6.1. Pengaruh citra perusahaan, kepercayaan, persepsi biaya peralihan dan persepsi kualitas jasa terhadap loyalitas	11
1.6.2. Hubungan lain antara variabel-variabel yang diuji	12
1.6.3. Model penelitian	13
1.6.4. Hipotesis Penelitian	14
1.7. Metodologi Penelitian	17
1.7.1. Desain dan Jenis Penelitian	17
1.7.2. Desain Sampling	18

1.7.3. Metode Analisis Data	19
1.7.3.1. Operasional Variabel	19
1.7.3.2. Analisis Data	24
1.8. Sistematika Penulisan	25
BAB II Landasan Teori	27
2.1. Product Life Cycle	27
2.2. Model Aydin dan Ozer (2005)	30
2.2.1. Loyalitas Konsumen	31
2.2.2. Kualitas Jasa	34
2.2.3. Citra Perusahaan	38
2.2.4. Biaya Peralihan	39
2.2.5. Kepercayaan	41
BAB III Metodologi Penelitian	44
3.1. Desain Penelitian	44
3.2. Kerangka Penelitian	45
3.3. Uji Kecocokan Data	46
3.4. Variabel Penelitian	47
3.4. Hipotesis Penelitian	48
3.5. Ruang Lingkup Penelitian	49
3.6. Metode Pengumpulan Data	50
3.7. Metode Pengambilan Sampling dan Besarnya Sampel	51

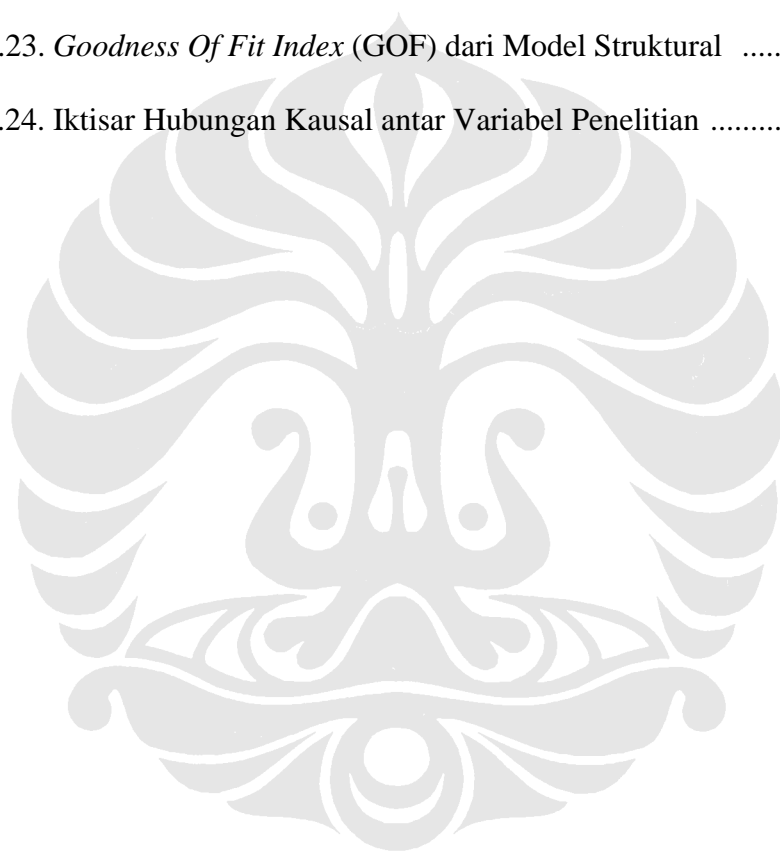
3.8. Sistematika Kuesioner	52
3.9. Metode Analisis Data	53
3.9.1 Analisis Kuesioner	53
3.9.2. Distribusi Frekuensi	54
3.9.3. Analisis <i>Crosstab</i>	54
3.9.4. Analisis SEM	55
3.10. Penyajian Data	56
BAB IV Pengolahan Data	57
4.1. Profil Responden	57
4.1.1. Jenis Kelamin Responden	57
4.1.2. Usia Responden	58
4.1.3. Asal Fakultas Responden	59
4.1.4. Tahun Angkatan Studi Responden	60
4.1.5. Kota Asal Responden	61
4.1.6. Operator yang Digunakan oleh Responden	61
4.1.7. Lama Pemakaian Kartu yang Sedang Dipakai	63
4.1.8. Pengeluaran untuk Pulsa dalam Sebulan	64
4.1.9. Jumlah Kartu yang Dimiliki	65
4.1.10. Frekuensi Berganti Kartu	65
4.2. Analisis Crosstab	66
4.2.1. Gender – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	66
4.2.2. Fakultas Asal – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	68
4.2.3. Kota asal – Merek yang sedang dipakai	69

4.2.4. Merek yang sedang dipakai – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	71
4.2.5. Merek yang sedang dipakai – Lama penggunaan	73
4.3. Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	75
4.3.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	76
4.3.1.1. Langkah-Langkah Dalam Analisis Model Pengukuran	76
4.3.1.2. Hasil Pengolahan Analisis Model Pengukuran	77
4.3.2. Analisis Model Struktural	82
4.4. Analisa Uji Hipotesis	86
BAB V Kesimpulan dan Saran	89
5.1. Kesimpulan	89
5.2. Saran	97
Daftar Pustaka	100
Lampiran	xi

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Periode Penelitian	7
Tabel 1.2 Operasionalisasi Variabel	19
Tabel 3.1. <i>Goodnes of Fit Index (GOF)</i>	47
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.2. Usia Responden	58
Tabel 4.3. Asal Fakultas Responden	59
Tabel 4.4. Tahun Angkatan Studi Responden	60
Tabel 4.5. Kota Asal Responden	61
Tabel 4.6. Operator yang Digunakan Responden	62
Tabel 4.7. Lama Pemakaian Kartu yang Sedang Dipakai	63
Tabel 4.8. Pengeluaran Untuk Pulsa Dalam Sebulan	64
Tabel 4.9. Jumlah Kartu yang Dimiliki	65
Tabel 4.10. Frekuensi Berganti Kartu	65
Tabel 4.11. Crosstab Gender – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	66
Tabel 4.12. Chi-Square Tests Gender – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	67
Tabel 4.13. Crosstab Fakultas asal – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	68
Tabel 4.14. Chi-Square Tests Fakultas Asal – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	69
Tabel 4.15. Crosstab Kota asal – Merek yang sedang dipakai	70
Tabel 4.16. Chi-Square Tests Kota Asal – Merek yang sedang dipakai	71
Tabel 4.17. Crosstab Merek yang sedang dipakai – Pengeluaran pulsa dalam 1 bulan	72

Tabel 4.18. Chi-Square Tests Merek yang sedang dipakai – Pengeluaran pulsu dalam 1 bulan	73
Tabel 4.19. Crosstab Merek yang sedang dipakai – Lama penggunaan	74
Tabel 4.20. Chi-Square Tests Merek yang sedang dipakai – Lama penggunaan	75
Tabel 4.21. <i>Goodness Of Fit Index</i> (GOF) dari Model Pengukuran	81
Tabel 4.22. Validitas dan Reliabilitas Model Pengukuran	82
Tabel 4.23. <i>Goodness Of Fit Index</i> (GOF) dari Model Struktural	84
Tabel 4.24. Iktisar Hubungan Kausal antar Variabel Penelitian	85



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Model Aydin-Ozer	14
Gambar 2.1. <i>PLC Curve</i>	29
Gambar 2.2. Model Aydin-Ozer	30
Gambar 3.1. Diagram Lintasan (<i>Path Diagram</i>) Model Aydin-Ozer (2005)	46
Gambar 4.1. Diagram Lintasan Model Pengukuran Awal	78
Gambar 4.2. Diagram Lintasan Model Pengukuran Akhir	80
Gambar 4.3. Diagram Lintasan Model Struktural	83

