

Abstract

The development of the mobile telecommunications world increasingly marked by the emergence of fast-growing mobile operators competing. And mobile operators are competing to satisfy the customers to become loyal customers for their business. In Indonesia, PT. Telekomunikasi Selular Tbk (Telkomsel) is one satau largest cellular operator in Indonesia. By keeping the trust and commitment of Telkomsel is one of the factors that affect customer loyalty.

The study sample of 130 respondents. Processing data using SPSS software version 16.00 and hypothesis testing of data using multiple regression analysis. The results showed that simultaneous commitment to the dimension of trust and customer loyalty by 0,160 or 16% and the remaining 84% is influenced by other factors. Partial results of the study indicate the dimensions of trust on customer loyalty by 0.8940 or 8.94%, and a commitment to customer loyalty dimension is equal to 0.1475 or 14.75%.

Keywords: Trust, Commitment, and Customer Loyalty

Abstrak

Perkembangan dunia telekomunikasi selular yang makin berkembang pesat ditandai dengan bermunculannya operator selular yang saling bersaing. Dan operator selular berlomba-lomba untuk memuaskan para pelanggan agar menjadi pelanggan yang loyal bagi perusahaannya. Di Indonesia PT. Telekomunikasi Selular Tbk (Telkomsel) merupakan salah satu operator selular terbesar di Indonesia. Dengan menjaga kepercayaan dan komitmen dari pelanggan Telkomsel adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Sampel penelitian ini sebanyak 130 responden. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 16.00 dan pengujian data hipotesis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa dimensi kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,160 atau 16% dan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan dimensi kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,8940 atau 8,94%, dan dimensi komitmen terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 0,1475 atau 14,75%.

Kata Kunci: Kepercayaan, Komitmen, dan Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa	13
2.1.5 Pemasaran Jasa	14

2.1.5.1 Karakteristik Jasa	15
2.1.6 Konsep <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.7 Kepercayaan	17
2.1.7.1 Variabel yang Mempengaruhi Kepercayaan	18
2.1.7.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan	19
2.1.8 Komitmen	20
2.1.8.1 Variabel yang Mempengaruhi Komitmen	21
2.1.8.2 Komponen dalam Komitmen	23
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	23
2.1.9.1 Empat Kategori Loyalitas	25
2.1.9.2 Ukuran Loyalitas	26
2.2 Kerangka Teoritis	28
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	30
2.5 Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.3 Jenis Penelitian	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	34
3.5 Populasi dan Sampel	39
3.5.1 Populasi	39
3.5.2 Sampel	39
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data	40
3.8 Analisis Data	41

3.8.1 Uji Instrumen.....	41
3.8.1.1 Uji Validitas.....	41
3.8.1.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.8.2 Uji Asumsi.....	42
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	42
3.8.2.2 Uji Multikolonieritas.....	43
3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	43
3.8.3 Analisis Regresi Berganda.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Responden	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Provider.....	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pulsa per Bulan	50
4.2 Hasil Penelitian.....	52
4.2.1 Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan	52
4.2.1.1 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 1	52
4.2.1.2 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 2	53
4.2.1.3 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 3	54
4.2.1.4 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 4	55
4.2.1.5 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 5	55
4.2.1.6 Pernyataan Responden Tentang Kepercayaan 6	56
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Komitmen	57
4.2.2.1 Pernyataan Responden Tentang Komitmen 1	58
4.2.2.2 Pernyataan Responden Tentang Komitmen 2	59

4.2.2.3 Pernyataan Responden Tentang Komitmen 3	60
4.2.2.4 Pernyataan Responden Tentang Komitmen 4	60
4.2.2.5 Pernyataan Responden Tentang Komitmen 5	61
4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan.....	62
4.2.3.1 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 1.....	62
4.2.3.2 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 2.....	63
4.2.3.3 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 3.....	64
4.2.3.4 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 4.....	65
4.2.3.5 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 5.....	66
4.2.3.6 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 6	67
4.2.3.7 Pernyataan Responden Tentang Loyalitas Pelanggan 7	68
4.3 Uji Instrumen.....	69
4.3.1 Uji Validitas	69
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.1 Uji Normalitas	74
4.4.2 Uji Heterokedastisitas.....	75
4.4.3 Uji Multikolinearitas	76
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	77
4.5.1 Hasil Persamaan Regresi Linear Berganda	78
4.5.2 Hasil Uji Parsial	79
4.5.3 Hasil Uji Simultan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi Manajerial	84
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	85

5.4 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I Jumlah Pendapatn 3 Provider antara Tahun 2011-2012	5
Tabel II Devinisi Operasional Variabel	34
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Provider	49
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	50
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Pulsa per Bulan	51
Tabel VIII Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 1	52
Tabel IX Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 2	53
Tabel X Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 3	54
Tabel XI Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 4	55
Tabel XII Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 5	56
Tabel XIII Pernyataan Respoonden Tentang Kepercayaan 6	57
Tabel XIV Pernyataan Respoonden Tentang Komitmen 1	58
Tabel XV Pernyataan Respoonden Tentang Komitmen 2	59
Tabel XVI Pernyataan Respoonden Tentang Komitmen 3	60
Tabel XVII Pernyataan Respoonden Tentang Komitmen 4	61
Tabel XVIII Pernyataan Respoonden Tentang Komitmen 5	62
Tabel XIX Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 1	63
Tabel XX Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 2	64
Tabel XXI Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 3	65
Tabel XXII Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 4	66
Tabel XXIII Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 5	67
Tabel XXIV Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 6	68

Tabel XXV Pernyataan Respoonden Tentang Loyalitas Pelanggan 7	69
Tabel XXVI KMO and Bartlett's Test Validitas Akhir	70
Tabel XXVII Uji Validitas Awal	71
Tabel XXVIII Uji Validitas Akhir	72
Tabel XXIX Reliabilitas Kepercayaan	73
Tabel XXX Reliabilitas Komitemen	73
Tabel XXXI Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	74
Tabel XXXII Uji Normalitas	75
Tabel XXXIII Uji Heterokedastisitas	76
Tabel XXXIV Uji Multikolinearitas	77
Tabel XXXV Uji Pengaruh	78
Tabel XXXVI Uji Regresi Parsial	79
Tabel XXXVII Hasil Regresi Simultan	80

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1

4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner	89
Lampiran B	Data Frequencies	94
Lampiran C	Uji Validitas	107
Lampiran D	Uji Reliabilitas	115
Lampiran E	Uji Asumsi Klasik	121
Lmpiran F	Regresi	125