

Abstrak

Pemasaran pada dasarnya adalah membangun merek di benak konsumen agar mendapatkan loyalitas yang kuat. Untuk menciptakan loyalitas yang kuat maka harus dibangun hambatan-hambatan untuk mencegah konsumen berpindah ke merek yang lain yang disebut hambatan berpindah atau *switching barrier*.

Hambatan berpindah (*switching barrier*) adalah faktor-faktor yang mempersulit atau membebankan biaya bagi konsumen jika beralih ke penyedia produk atau jasa lain. Dengan adanya hambatan berpindah maka akan tercipta loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis variabel hambatan berpindah (*switching barrier*) yang mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia (pada mahasiswa-mahasiswi Universitas Kristen Maranatha, Bandung) dan untuk mengetahui variabel mana yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia.

Variabel hambatan berpindah (*switching barrier*) yang akan digunakan dalam penelitian adalah nilai-nilai ekonomis, psikologis, sosial dan fungsional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner pada 300 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan program SPSS 14.0 yaitu uji normalitas, uji validitas dan reliabilitas regresi linier berganda, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai-nilai psikologis dan fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia. Dan hasil penelitian juga diperoleh bahwa variabel fungsional (X_4) merupakan variabel yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia (pada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha).

Setelah melakukan penelitian, penulis menemukan : (1) respon/tanggapan konsumen terhadap nilai-nilai ekonomis, psikologis, sosial, fungsional dan loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia baik. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan pada variabel hambatan berpindah yang terdiri dari nilai psikologis dan fungsional. (3) variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan adalah nilai fungsional. (4) pengaruh hambatan berpindah (*switching barrier*) terhadap loyalitas pelanggan kartu CDMA Esia sebesar 36,4% sedangkan sisanya 63.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci : Nilai ekonomis, psikologis, sosial, fungsional, loyalitas

DAFTAR ISI

	Halaman.
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
 BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	 9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Definisi Pelanggan	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.1.3 Hambatan Berpindah (<i>switching barrier</i>)	11
2.1.3.1 Switching Cost	15
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	16
2.1.4.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	16
2.1.4.2 Tahapan Loyalitas	18
2.1.4.3 Jenis Loyalitas	20
2.1.4.4 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	22

2.4.1.5 Pengaruh hambatan Berpindah terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Pengembangan Hipotesis	32
BAB III. METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Objek Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian.....	34
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3.1 Variabel Bebas (Variabel X).....	35
3.3.2 Variabel terikat (Variabel Y)	37
3.4 Desain Pengukuran.....	39
3.5 Populasi dan Sampel	40
3.5.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.5.2 Jumlah Sampel	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.7 Analisis Data	43
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7.1.1 Uji Validitas	44
3.7.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.7.2.1 Uji Normalitas	47
3.7.3 Analisis Regresi	48
3.7.3.1 Regresi Linier Sederhana	49
3.7.3.2 Metode Analisis Linier Berganda.....	50
3.7.4 Pengujian Hipotesis.....	51
3.7.5 Koefisien Determinasi.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Sejarah Perusahaan.....	53

4.2 Gambaran Umum Identitas Responden, Tanggapan Responden Atas Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Kartu CDMA Esia dan Loyalitas Pelanggan	54
4.2.1 Gambaran Umum Identitas Responden	54
4.2.1.1 Jenis Kelamin	55
4.2.1.2 Usia.....	55
4.2.1.3 Pengeluaran	56
4.2.1.4 Lama Menggunakan Kartu CDMA Esia	57
4.2.2 Tanggapan Responden Atas Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Kartu CDMA Esia	58
4.2.2.1 Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Berdasarkan Nilai-Nilai Ekonomis	58
4.2.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{1.1}$)	58
4.2.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{1.2}$)	60
4.2.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{1.3}$)	61
4.2.2.2 Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Berdasarkan Nilai-Nilai Psikologis.....	62
4.2.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{2.1}$)	62
4.2.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{2.2}$)	63
4.2.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{2.3}$)	64
4.2.2.3 Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Berdasarkan Nilai-Nilai Sosial.....	65
4.2.2.3.1 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{3.1}$)	65
4.2.2.3.2 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{3.2}$)	66
4.2.2.3.3 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{3.3}$)	67
4.2.2.4 Hambatan Berpindah (<i>switching barrier</i>) Berdasarkan Nilai-Nilai Fungsional.....	68
4.2.2.4.1 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{4.1}$)	68
4.2.2.4.2 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{4.2}$)	69
4.2.2.4.3 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{4.3}$)	70
4.2.2.4.4 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{4.4}$)	71
4.2.2.4.5 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{4.5}$)	72

4.2.2.5 Tanggapan Responden Atas loyalitas Pelanggan.....	73
4.2.2.5.1 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{5.1}$)	73
4.2.2.5.2 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{5.2}$)	74
4.2.2.5.3 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{5.3}$)	75
4.2.2.5.4 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{5.4}$)	76
4.2.2.5.5 Tanggapan Responden Terhadap ($X_{5.5}$)	77
4.3 Uji Normalitas	78
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.4.1 Uji Validitas	79
4.4.2 Uji Reliabilitas	81
4.5 Analisis Uji Regresi	87
4.5.1 Analisis Regresi Berganda.....	88
4.5.1.1 Variabel Hambatan Berpindah yang Paling Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
4.5.1.2 Uji Signifikansi Masing-Masing Variabel	91
4.5.2 Uji Anova.....	95
4.5.2.1 Perumusan Hipotesis	95
4.5.2.2 Kriteria Pengujian.....	95
4.5.3 Koefisien Determinasi	96
4.6 Pembahasan.....	97
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Simpulan	101
5.2 Saran.....	105
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	106
 DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109
RIWAYAT HIDUP PENULIS	153

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Profit Generator System</i>	20
Gambar 2	Model Kerangka Koseptual	31

DAFTAR TABEL

Tabel I	Responden Mahasiswa Jabotabek.....	5
Tabel II	Sim Card CDMA Prabayar 2010	5
Tabel III	Empat Jenis Loyalitas	22
Tabel IV	Definisi Operasional Variabel (X).....	38
Tabel V	Definisi Operasional Variabel (Y).....	39
Tabel VI	Desain Pengukuran	40
Tabel VII	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel VIII	Data Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel IX	Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan	57
Tabel X	Data Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Kartu CDMA Esia.....	58
Tabel XI	Pernyataan Responden Terhadap Kartu CDMA Esia Memberikan Sejumlah Manfaat/Keuntungan	59
Tabel XII	Pernyataan Responden Terhadap Tarif Kartu CDMA Esia Sesuai dengan Apa yang didapatkan.....	60
Tabel XIII	Pernyataan Responden Terhadap Kartu CDMA Esia Memberikan Tarif Pulsa yang Murah	61
Tabel XIV	Pernyataan Responden Khawatir bahwa Layanan yang Ditawarkan Kartu Seluler Lain Tidak Akan Sesuai Sebagaimana Diharapkan	62

Tabel V	Pernyataan Responden Jika Mencoba Beralih pada Kartu Prabayar Lain, Pelanggan Akan Mendapatkan Layanan yang Buruk.....	63
Tabel VI	Pernyataan Responden Nyaman Menggunakan layanan yang diberikan kartu CDMA Esia	64
Tabel XVII	Pernyataan Responden Menjadi Pelanggan Kartu CDMA Esia Memiliki Rasa Prestise Tersendiri Karena Kartu CDMA Esia adalah Kartu Prabayar yang paling diminati.....	65
Tabel XVIII	Pernyataan Responden Kartu CDMA Esia Merupakan Kartu Seluler yang Sudah Terkenal	66
Tabel XIX	Pernyataan Responden Bangga Sebagai Pelanggan Kartu CDMA Esia.....	67
Tabel XX	Pernyataan Responden Kartu CDMA Esia Memiliki Jaringan yang Luas	68
Tabel XXI	Pernyataan Responden Kartu CDMA Esia Memiliki Sinyal yang Kuat.....	69
Tabel XXII	Pernyataan Responden Kartu CDMA Esia Memiliki Kualitas Suara yang Jernih	70
Tabel XXIII	Pernyataan Responden Pelayanan yang Diberikan Kartu CDMA Esia Sangat Memuaskan	71
Tabel XXIV	Pernyataan Responden Pelayanan Operator Call Center Kartu CDMA Esia Cepat Tanggap Dalam Menyelesaikan Keluhan Pelanggan	72

Tabel XXV	Pernyataan Responden Tidak Ingin Pindah ke Kartu CDMA Lain	73
Tabel XXVI	Pernyataan Konsumen Yakin Kartu CDMA Esia Adalah Kartu Seluler Yang Bagus	74
Tabel XXVII	Pernyataan Responden Selalu Merekomendasikan Kartu CDMA Esia Kepada Orang Lain	75
Tabel XXVIII	Pernyataan Responden Menjadi Pelanggan kartu CDMA Esia Adalah Pilihan yang Tepat.....	76
Tabel XXIX	Pernyataan Responden Tetap Setia Pada Kartu CDMA Esia.....	77
Tabel XXX	Uji Normalitas Dengan Skewness dan Kurtosis	78
Tabel XXXI	Analisa Validitas Awal KMO and Barlett's Test	79
Tabel XXXII	Hasil Uji Validitas Awal.....	80
Tabel XXXIII	Hasil Uji Validitas Akhir	81
Tabel XXXIV	Pengujian Reliabilitas Variabel Nilai-Nilai Ekonomis	82
Tabel XXXV	Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan Nilai-Nilai Ekonomis	82
Tabel XXXVI	Pengujian Reliabilitas Variabel Nilai-Nilai Psikologis	83
Tabel XXXVII	Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan Nilai-Nilai Psikologis.....	83
Tabel XXXVIII	Pengujian Reliabilitas Variabel Nilai-Nilai Sosial	84
Tabel XXXIX	Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan Nilai-Nilai Sosial.....	84
Tabel XL	Pengujian Reliabilitas Variabel Nilai-Nilai Fungsional	85

Tabel XLI	Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan Nilai-Nilai Fungsional.....	85
Tabel XLII	Pengujian Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan	86
Tabel XLIII	Pengujian Reliabilitas Item Pertanyaan Loyalitas Pelanggan.....	86
Tabel XLIV	Analisis Regresi Berganda Pengaruh Hambatan Berpindah (<i>Switching Barrier</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu CDMA Esia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha	88
Tabel XLV	Uji Anova.....	95
Tabel XLVI	Koefisien Determinasi	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner	105
Lampiran B	Tabulasi Data	109
Lampiran C	Uji Normalitas.....	134
Lampiran D	Uji Validitas	136
Lampiran E	Uji Reliabilitas	141
Lampiran F	Uji Regresi	147