

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN KARTU IM3**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat- Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ANA WAHYUNINGSIH

B 100 080 026

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**”ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN KARTU
IM3”**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Disusun Oleh :

ANA WAHYUNINGSIH

B 100 080 026

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi ini telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2012

Pembimbing Utama

Drs.Widoyono,MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dr.H.Triyono,SE.Msi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANA WAHYUNINGSIH
NIRM :
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN
DALAM MENGGUNAKAN KARTU IM3 (Studi
Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Maret 2012
Surakarta,.....

Yang membuat pernyataan,

ANA WAHYUNINGSIH
.....

MOTTO

- **Kejujuran membuat pesona tersendiri, yang dapat menyentuh nurani dan menuai kekaguman serta memanen kewibawaan.**

(Manajemen Qolbu)

- **Pengetahuan tanpa pelaksanaan ibarat pohon tanpa buah**

(Intisari)

- **Orang yang ikhlas tidak akan membedakan amal kecil atau besar, karena kecil dalam pandangan manusia belum tentu kecil dalam pandangan Allah**

(Manajemen Qolbu)

- **Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali orang yang beriman yaitu orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan kembali kepada -Nya.**

(QS. Al- Baqarah : 6-8)

Persembahkan:

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- **bapak dan Ibu tersayang, yang sudah membesarkanku hingga detik ini dengan penuh kesabaran, yang selalu menyebut namaku dalam setiap doanya, serta mencurahkan cinta dan kasih sayangnya yang tiada habisnya.**
- **Adikku tersayang "dik bekti dan dik fajar".**
- **Teman-teman ekonomi manajemen 2008.**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Kartu IM3”(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta). Dan tidak lupa sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita harapkan syafaatnya di yaumul kiyamah nanti.

Dalam penulisan skripsi ini, banyak kendala yang penulis hadapi, namun berkat dorongan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Triyono, Msi., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorrobin, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Surakarta beserta jajaran staff tingkat jurusan.
3. Bapak Anton Agus Setyawan, SE, Msi., selaku Pembimbing Akademik Kelas B angkatan 2008 yang telah mengarahkan dan membimbing selama ini.
4. Bapak Widoyono, SE , MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan penuh disiplin ilmu yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap karyawan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu memberikan pelayanan maupun informasi.
7. Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas segala kebaikan dan kasih sayang yang telah dicurahkan untuk anak-anaknya.
8. Adik-adikku tersayang, jadilah anak yang sholeh selalu berbakti kepada orang tua serta jalani hidup ini dengan kebahagiaan dalam kebersamaan kita.
9. Mas Yudhi terima kasih atas perhatian dan nasehatnya selama ini.
10. Teman seperjuanganku (semua teman kelas B manajemen 2008): Anindhita Endy G, Ana Rosdiana, Iin Sulistyorini, Afnan Ali S, Linda Prasasti K, Dwi Erlinasari, Dwi Puspitasari, Linda Kumala W, Lia Nur K, Fatma Agnes F, Sylvia Era R, Saraswati W, Eviana sari, Johan Budianto, Djoko Tri W, Triono B, Dhani Dio A. semoga persahabatan yang kita jalin tidak akan putus.
11. Teman Kost Fithria: Viky, Ratna, Panda, Anggun, Putri, Lina, Esya. Terima kasih telah memberiku semangat dan keceriaan ketika bersama kalian.
12. Semua pihak yang membantu terselesaikannya skripsi ini, mohon maaf tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan.

Semoga budi baik, jerih payah, doa dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yangberlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaiikum. Wr. Wb.

Surakarta, Maret 2012

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Pengertian Pemasaran	9

	3. Konsep Pemasaran	10
	4. Strategi Pemasaran	11
	B. Perilaku Konsumen	16
	1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	16
	2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
	C. Loyalitas Konsumen	21
	1. Teori Tentang Loyalitas Konsumen	21
	2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen.....	22
	A. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Produk.....	22
	B. Faktor-Faktor yang Berhubungan dengan Pelayanan.....	25
	D. Penelitian Terdahulu	27
BAB III	METODE PENELITIAN	31
	A. Kerangka Pemikiran	31
	B. Hipotesis	32
	C. Data dan Sumber Data	32
	D. Teknik Pengumpulan Data	33
	E. Populasi dan Sampel.....	34
	F. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
	G. Metode Analisa Data	36
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
	A. Deskripsi Data	44
	B. Analisis Data	46

	C. Pembahasan	61
BAB V	PENUTUP	64
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	45
Tabel 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	46
Tabel 5	Rangkuman Hasil Uji Validitas Harga	47
Tabel 6	Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	47
Tabel 7	Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 8	Rangkuman Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	48
Tabel 9	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 10	Rangkuman Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 11	Rangkuman Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 10	Rangkuman Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 11	Rangkuman Hasil Uji Autokorelasi	53
Tabel 12	Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 2 Gambar Uji Normalitas	50
Gambar 3 Gambar Uji Heterokedatisitas	52

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi persaingan bisnis industri telekomunikasi dari waktu ke waktu yang semakin ketat, sehingga perusahaan harus membuat strategi pemasaran baru untuk mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen serta mengetahui variabel mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap loyalitas konsumen.

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan kartu IM3. metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil uji t menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 2,250 lebih besar dari t tabel 1,960. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 0,062 yang lebih kecil dari t tabel 1,960 dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,760 yang lebih besar dari t tabel 1,960. Hasil uji F menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini ditunjukkan oleh nilai F sebesar 25,271 yang lebih besar dari F tabel 2,68. Nilai R^2 sebesar 0,441 atau 44,1% sehingga dapat diinterpretasikan bahwa loyalitas konsumen (Y) dijelaskan oleh variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 44,1% . Sementara sisanya sebesar 55,9% diterangkan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen