

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN *INTERNET SERVICE PROVIDER* (ISP)
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK SPEEDY**

S k r i p s i

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar
derajat sarjana S-1 Psikologi



Disusun oleh :

MURDIANTO
F 100 010 221

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN *INTERNET SERVICE PROVIDER* (ISP)
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK SPEEDY**

Skripsi

Diajukan kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Derajat Sarjana S-1 Psikologi

Diajukan oleh :

MURDIANTO
F 100 010 221

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN *INTERNET SERVICE PROVIDER* (ISP)
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK SPEEDY**

Disusun oleh:

MURDIANTO
F 100 010 221

Pada Tanggal26-7-..... 2012

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji

oleh Pembimbing :



(Yudhi Satria Restu, SE, S.Psi., M.Si)

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN *INTERNET SERVICE PROVIDER* (ISP)
DENGAN LOYALITAS KONSUMEN
PRODUK SPEEDY**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

MURDIANTO
F 100 010 221

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 30 Juli 2012
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

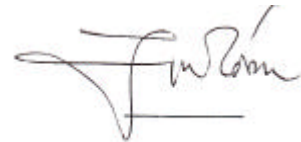
Penguji utama

Yudhi Satria Restu, SE., S.Psi., M.Si



Penguji pendamping I


Drs. Moh. Amir, M.Si



Penguji pendamping II

Dra. Partini., M.Si



Surakarta, _____ 2012
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan,

(Susatyo Yuwono, S. Psi, M.Si., Psi)



SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : MURDIANTO
NIM : F100010221
Fakultas/Jurusan : PSIKOLOGI
Judul : HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN INTERNET SERVICE
PROVIDER (ISP) DENGAN LOYALITAS
KONSUMEN PRODUK SPEEDY

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila di lain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Surakarta, 26 Juli 2012
Yang Menyatakan



MURDIANTO

MOTTO

*Allah mencintai orang-orang Mu'min yang gemar bekerja keras dalam usaha mencari nafkah.
(Hr. Thabrani dan Baihagi)*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah kamu berharap.
(QS : Alam Nasyrah; 6-8)*

PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta dan do'a
karya sederhana ini penulis persembahkan teruntuk :

- ✍ Orangtua Penulis
- ✍ Almamater Psikologi UMS
- ✍ Pembaca yang budiman

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT dengan segala rahmat, hidayah dan kemurahan-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya sederhana ini. Satu hal yang penulis sadari, bahwa terselesaikannya penulisan skripsi ini, tentunya tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati dan penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Susatyo Yuwono, M.Si, Psi, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Yudhi Satria Restu, SE., S.Psi., M.Si, selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan petunjuk baik dalam penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr.Moordiningsih, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.
4. Seluruh staf pengajar dan tata usaha Fakultas Psikologi UMS.
5. Dinas Pariwisata Sukoharjo yang telah memberikan informasi alamat dan Profil Warnet terdaftar.
6. Teman-teman pengelola Warnet yang telah bersedia menjadi subjek penelitian
7. Teman teman Psikologi UMS yang telah memberi dukungan selama penelitian.
8. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat khususnya bagi perkembangan dunia psikologi serta tidak terhenti pada penelitian ini saja. Amin.

Surakarta, Agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	8
C. Manfaat Penelitian	9
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Loyalitas Konsumen	11
1. Pengertian loyalitas konsumen	11
2. Dinamika pembentukan loyalitas konsumen	13
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen	21

4. Aspek-aspek loyalitas konsumen	23
B. Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan	25
1. Pengertian persepsi terhadap kualitas pelayanan	25
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan ..	28
3. Aspek-aspek kualitas pelayanan	30
C. Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen	32
D. Hipotesis	36
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel	37
B. Definisi Operasional	37
C. Populasi, Sampel dan Sampling	38
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	39
E. Validitas dan Reliabilitas	41
F. Metode Analisis Data	44
BAB IV. LAPORAN PENELITIAN	
A. Persiapan Penelitian	45
1. Orientasi kancah penelitian.....	45
2. Persiapan alat pengumpul data	47
B. Pelaksanaan Penelitian	49
1. Penentuan subjek penelitian.....	49
2. Pelaksanaan pengumpulan data.....	49
3. Perhitungan validitas dan reliabilitas	50

C. Analisis Data	52
E. Pembahasan	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran-saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV.1. Jumlah subjek dan tempat penelitian.....	46
IV.2. Komposisi aitem skala persepsi terhadap kualitas pelayanan sebelum penelitian.....	48
IV.3. Komposisi aitem skala loyalitas konsumen sebelum penelitian...	48
IV.4. Susunan aitem skala persepsi terhadap kualitas pelayanan yang valid dan gugur setelah penelitian.....	48
IV.5. Komposisi aitem skala loyalitas konsumen yang valid dan gugur setelah penelitian.....	52
IV.6. Rangkuman hasil validitas dan reliabilitas.....	52
IV.7. Uji hipotesis <i>product moment</i> dan sumbangan efektif	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A. Perhitungan Validitas-Reliabilitas Skala.....	67
B. Uji Asumsi Normalitas Sebaran dan Linieritas Hubungan	82
C. Hasil Analisis <i>Product Moment</i>	88
D. Kurva Kategorisasi.....	91
E. Skala Penelitian	94
F. Surat Ijin Penelitian dan Surat Bukti Penelitian.....	100

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN *INTERNET SERVICE PROVIDER (ISP)* DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PRODUK SPEEDY

Loyalitas konsumen merupakan faktor yang berperan penting terhadap perkembangan produktivitas perusahaan, karena konsumen yang merasa terpuaskan akan kembali lagi untuk menggunakan layanan atau produk yang sudah memuaskan itu serta meningkatkan profitabilitas perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, salah satunya yaitu persepsi terhadap kualitas pelayanan. Tujuan penelitian antara lain: 1) Hubungan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen; 2) Peran atau sumbangan persepsi terhadap kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen; 3) Tingkat persepsi terhadap kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen. Hipotesis penelitian adalah: Ada hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen

Subjek penelitian operator warnet berjumlah 77 sampel. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Insidental Sample*. Metode pengumpulan data menggunakan skala persepsi terhadap kualitas pelayanan dan skala loyalitas konsumen. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*.

Berdasarkan hasil analisis *product moment* diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,402; $p = 0,000$ ($p < 0,01$) artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Semakin tinggi persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas konsumen sebaliknya semakin rendah persepsi terhadap kualitas pelayanan maka semakin rendah loyalitas konsumen. Sumbangan efektif variabel persepsi terhadap kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebesar 16,2%. Berdasarkan hasil pengategorian variabel diketahui persepsi terhadap kualitas pelayanan mempunyai rerata empirik (RE) sebesar 111 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti persepsi terhadap kualitas pelayanan pada subjek tergolong tinggi. Nilai rerata empirik loyalitas konsumen (RE) sebesar 86,260 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 75 yang berarti loyalitas konsumen pada subjek penelitian tergolong tinggi.

Kesimpulan penelitian menyatakan ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen, namun generalisasi dari hasil-hasil penelitian ini terbatas pada populasi dimana penelitian dilakukan sehingga penerapan pada ruang lingkup yang lebih luas dengan karakteristik yang berbeda kiranya perlu dilakukan penelitian ulang dengan menggunakan atau menambah variabel-variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini ataupun dengan menambah dan memperluas ruang lingkup penelitian.

Kata kunci : Persepsi terhadap kualitas pelayanan, kepuasan konsumen

