

**PENGARUH *CORPORATE IMAGE*, *TRUST*, *PERCEIVED SWITCHING COST*, *PERCEIVED SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
(Studi Pada Jasa telekomunikasi Indosat IM3 Boyolali)**

TESIS

Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta Untuk
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Dalam Ilmu
Manajemen Pemasaran



Oleh :

YOYOK PRASETYO UTOMO

NIM. P 10070048

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

NOTA PEMBIMBING

Dr. Triyono, M.Si

Dosen Pembimbing Magister Manajemen
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Yoyok Prasetyo Utomo

Kepada Yth.
Direktor Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap Tesis Saudara :

Nama : YOYOK PRASETYO UTOMO
NIM : P.100.070.048
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Corporate Image, Trust, Perceived Switching Cost, Perceived Service Quality, Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 Boyolali)"

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Maret 2012

Pembimbing



Dr. Triyono, M.Si

NOTA PEMBIMBING

Ahmad Mardalis, SE, MBA

Dosen Pembimbing Magister Manajemen
Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal : Tesis Saudara Yoyok Prasetyo Utomo

Kepada Yth.
Direktor Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap Tesis Saudara :

Nama : YOYOK PRASETYO UTOMO
NIM : P.100.070.048
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Corporate Image, Trust, Perceived Switching Cost, Perceived Service Quality, Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 Boyolali)"

Dengan ini kami menilai Tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam Sidang Ujian Tesis pada Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, Maret 2012

Pembimbing



Ahmad Mardalis, SE, MBA

TESIS BERJUDUL

**PENGARUH CORPORATE IMAGE, TRUST,
PERCEIVED SWITCHING COST, PERCEIVED SERVICE QUALITY,
PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
(Studi Kasus Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 Boyolali)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

YOYOK PRASETYO UTOMO

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 20 Maret 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama


Dr. Triyono, M.Si

Pembimbing Pendamping I


Drs. Ahmad Mardalis, MBA

Pembimbing Pendamping II

Anggota Dewan Penguji Lain


Dra. Rina Trisnawati, M.Si. Akt. Ph.D

Surakarta, 12 April 2012

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Program Pascasarjana
Direktur,


Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Yoyok Prasetyo Utomo
NIM : P.100.070.048
Program : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Corporate Image, Trust, Perceived Switching Cost, Perceived Service Quality, Perceived Value* terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 Boyolali)”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan – kutipan dan ringkasan – ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan tesis ini hasil jiplakan, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh universitas batal saya terima.

Surakarta, Maret 2012

Yang membuat pernyataan



Yoyok Prasetyo Utomo

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allah kamu berharap “. (QS. Al-Insyirah : 6-8).

“Pelajari ilmu, barang siapa yang mempelajarinya, karena Allah, itu taqwa. Menuntutnya, itu ibadah. Mengualang-ulangnya itu tasbih. Membahasnya, itu jihad. Mengajarkan kepada orang yang tidak tahu, itu sedekah. Memberikannya kepada ahlinya, itu mendekatkan diri kepada Allah”. (Ahusy Syaih Ibnu Hibban dan Ibnu Abdil Barr)

“Sebelum kedua telapak kaki seseorang menetap di hari kiamat, akan ditanyakan tentang empat hal lebih dahulu : (1). Tentang umurnya, untuk apakah dihabiskan, (2). Tentang masa mudanya, untuk apakah digunakan, (3). Tentang hartanya, dari mana ia peroleh dan untuk apakah dipelanjakan, (4). Tentang Ilmunya, apa saja yang dia amalkan dengan ilmunya itu”. (HR. Bukhari-Muslim).

“Barang siapa melakukan kebaikan , meskipun kebaikan itu hanya sebesar buah Zahro (sepadan biji bayam), maka Allah akan membalas kebaikannya”.(Q.S. Al Dzalzalalah : 6)

*“Sesungguhnya Allah SWT tidak melihat pada bentuk rupamu, tidak pula pada harta ataupun ilmumu, tetapi melihat kepada hati dan amalmu”.
(H. R. Thabarani)*

“Dengan ilmu, mimpi-mimpi itu dapat terwujud menjadi lebih nyata dan janganlah takut untuk memulai” .

PERSEMBAHAN

Tesis ini kupersembahkan untuk :

1. Orang tua yang aku hormati
2. Adikku yang kusayangi
3. Sahabat pendamping urusan agama,
dunia dan akhirat
4. Teman seperjuangan
5. Almamater

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT Yang Maha Penolong atas segala rahmat, anugerah, hidayah dan kemudahan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan Tesis dengan judul “PENGARUH *CORPORATE IMAGE, TRUST, PERCEIVED SWITCHING COST, PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 BOYOLALI)”

Tesis ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Magister Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta dimana penulisannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dengan segenap ketulusan, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Bambang Setiaji selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta ;
2. Bapak Prof. Dr. H. Khudzaifah Dimiyati, S.H., M.Hum. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta;
3. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis;
4. Bapak Ahmad Mardalis, SE, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II dan ketua Program Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan saran dan kritik hingga terselesainya penulisan tesis ini;
5. Segenap Dosen di Universitas Muhammadiyah Surakarta atas bantuan dan arahan serta ilmu yang telah diberikan kepada penulis;
6. Para ilmuwan yang hasil pemikirannya penulis manfaatkan sebagai landasan penulisan;
7. Teman-teman yang telah memberikan dorongan terselesainya tesis ini;

8. Kedua orang tua atas perhatian kesabaran, keikhlasan, dukungan dan do'anya dalam menjalani pendidikan program pascasarjana dan Istiana merupakan semangat dalam hidupku, serta adikku Syesil yang memberikan dorongan moril kepada penulis;
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas dukungan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi hasil yang lebih baik nantinya.

Akhirnya harapan penulis semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.

Boyolali, Januari 2012

Penulis,



YOYOK PRASETYO UTOMO

ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul **“PENGARUH CORPORATE IMAGE, TRUST, PERCEIVED SWITCHING COST, PERCEIVED SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE TERHADAP CUSTOMER LOYALTY (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat IM3 BOYOLALI)**, ini bertujuan untuk Menganalisis pengaruh *corporate image, trust, perceived switching cost, perceived service quality, perceived value* terhadap *customer loyalty*. Dan Menganalisis faktor apakah yang paling dominan dalam mempengaruhi *customer loyalty*.

Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna kartu IM3 dari PT. Indosat di Boyolali. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 144 responden, pengambilan sampel dengan cara non probability sampling yaitu dengan metode *convenience sampling*. Validitas instrumen penelitian menggunakan korelasi *product moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach alpha*. Data analisis melalui uji asumsi klasik, alat uji metode analisis data menggunakan SPSS for Windows versi 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) hubungan variabel corporate image tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). (2) hubungan variabel kepercayaan (*trust*), biaya berpindah (*switching cost*), kualitas pelayanan (*service quality*), nilai (*value*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*). (3) kepercayaan (*trust*) memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*)

Kata kunci : citra perusahaan, kepercayaan, biaya peralihan, kualitas layanan, nilai, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purposes of this research on “ *The Effect Of Corporate Image, Perceived Switching Cost, Perceived Quality, Perceived value On Customer Loyalty*” are to analyze the corporate image, trust, perceived switching cost, perceived quality, perceived value on customer loyalty and to analyze the most dominant factor which affects the customer loyalty.

The population of this research is IM3 card users of PT. Indosat in Boyolali. The sample of this research are as many as 144 respondents. Non probability sampling is used in the research; that is by convenience sampling method. The instrument validity of this research uses the Pearson moment product correlation and the reliability test uses the Cronbach alpha. The data is analyzed by classic assumption test and the instrument for data analysis uses SPSS for Windows 16.0 version.

The result of the research shows that, (1) the relation of corporate image variable doesn't give positive and significant effects on the customer loyalty. (2) the relation of trust variable, switching cost, service quality, value have positive and significant effects on the customer loyalty.(3) trust is the most dominant factor on the customer loyalty.

Key words : corporate image, trust, switching cost, quality of service, value, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBINGAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAAN TESIS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Customer Loyalty	10
B. <i>Corporate Image</i>	15
1. Pengertian <i>Corporate Image</i>	17
2. Pentingnya <i>Corporate Image</i>	15
3. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi <i>Corporate Image</i>	17
C. <i>Tust</i>	18
D. <i>Perceived Switching Cost</i>	20
E. <i>Perceived Service Quality</i>	23
F. <i>Perceived Value</i>	25
G. Penelitian terdahulu dan Hipotesis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel	30
C. Metode Pengumpulan Data	31
D. Definisi Operasional Variabel yang digunakan.....	32
E. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas	37
F. Uji Hipotesis	38
G. Uji Asumsi Klasik	41
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
B. Analisis Deskriptif.....	52
C. Uji Instrumen Penelitian	72
D. Hasil Analisis Hipotesis	66
1. Regresi Linier Berganda	70
2. Uji F	72
3. Uji R^2	73
4. Uji t	73
E. Hasil Asumsi Klasik	74
1. Multikolonieritas	74
2. Autokorelasi	75
3. Heteroskedastisitas	76
F. Pembahasan	78
BAB V PENUTUP	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran	85
C. Implikasi Manajerial	86
D. Keterbatasan Penelitian	87
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Golongan Usia	53
Tabel 4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	54
Tabel 4.2.1 Sebaran Jawaban Corporate Image	55
Tabel 4.2.2 Sebaran Jawaban Trust	57
Tabel 4.2.3 Sebaran Jawaban Switching Cost.....	59
Tabel 4.2.4 Sebaran Jawaban Service Quality	61
Tabel 4.2.5 Sebaran Jawaban Value	63
Tabel 4.2.6 Sebaran Jawaban Loyalty	65
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel – Variabel Independent dan Dependent .	67
Tabel 4.4 Tabulasi Nilai Cronbach’s Alpha Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.5 Hasil Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.6 Uji F	72
Tabel 4.7 Uji t	74
Tabel 4.8.1 Uji Multikolonieritas.....	75
Tabel 4.8.2 Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 4.8.3 Uji heteroskedastisitas	77