

**ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
KARTU simPATI
(Studi Kasus Pada Pengunjung GraPARI Telkomsel Surakarta)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun Oleh :

ARY DWI NUGROHO

B 100 090 094

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KARTU simPATI

(Studi Kasus Pada Pengunjung GraPARI Telkomsel Surakarta)

Yang ditulis oleh:

ARY DWI NUGROHO

B 100 090 094

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

Surakarta, 31 Oktober 2013

Pembimbing


(Drs. Ma'ruf, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, M.si)



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 - 719483 Fax. (0271) 715448 Surakarta 57102
http://www.ekonomi.ums.ac.id E-mail : feb@ums.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ARY DWI NUGROHO**
NIRM : **09.06.106.02016.500094**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS TINGKAT LOYALITAS
KONSUMEN TERHADAP KARTU
simPATI (Studi Kasus Pada Pengunjung
GraPARI Telkomsel 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.

Surakarta, **31 Oktober 2013**

Yang membuat pernyataan,

ARY DWI NUGROHO

MOTTO

Demi Masa / Waktu
Sesungguhnya Manusia itu Merugi
Kecuali Orang-orang yang Beriman dan Beramal Soleh
dan Orang-orang yang Saling Menasehati
Tentang Kebaikan dan Kesabaran
(Q.S. Al-'Asr (Masa) ayat 1 – 3)

Orang yang Menuntut Ilmu dan Mengamalkannya
Bagaikan Hujan Lebat yang Membasahi Bumi
Dijadikan Karenanya Tumbuh-tumbuhan Hidup Subur
dan Menyediakan Air untuk Manusia dan Hewan
(HR Bukhori)

Kaya itu Bukan Karena Banyak Harta,
Tetapi Kaya Sejati itu adalah Kaya Jiwa
(HR. Bukhori)

Iman itu adalah Hidayah
Barangsiapa tidak Menjaga dan Bersyukur Karenanya
Niscaya Diambil dan Diberikanlah Untuk Orang lain
(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan penuh syukur atas Rahmat dan Berkah Sang Kholiq,
Skripsi ini saya persembahkan untuk:*

- ✍ Almarhum ayahanda tercinta, yang cintanya tak akan pernah bisa kubalas walau dengan harta seisi dunia,*
- ✍ Ibunda yang tercinta, karena ridho-mu adalah ridho Robb-ku*
- ✍ Kakak-ku tercinta yang selalu menjadi sahabat terbaik dalam hidupku*
- ✍ Keluarga besarku yang telah memberikan perhatian, pengertian dan dukungannya baik berupa moril maupun materiil*
- ✍ Teman-teman yang selalu mendampingi dan membuat hidup-ku lebih berwarna*
- ✍ Almamater terhormat yang akan selalu aku banggakan di sepanjang sisa waktu hidupku*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat loyalitas konsumen terhadap kartu simPATI. Lokasi penelitian yang dipilih adalah GraPARI Kota Surakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi lapangan dengan metode analisis statistik deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui pengumpulan data dengan teknik kuesioner.

Menurut Rangkyu (2002) loyalitas mempunyai beberapa tingkatan, yaitu: *Switcher Buyer*, *Habitual Buyer*, *Satisfied Buyer*, *Liking the Brand* dan *Committed Buyer*. Dari dasar tingkatan loyalitas tersebut, maka diambil hipotesis bahwa sebagian besar konsumen pengguna kartu simPATI termasuk ke dalam tipe *Satisfied Buyer*, kemudian secara berturut-turut dapat diklasifikasikan ke dalam tipe *committed buyer*, *habitual buyer*, *liking the brand* dan sedikit sekali yang termasuk dalam *switcher buyer*.

Dari hasil analisis terhadap tingkat loyalitas konsumen kartu simPATI, diperoleh hasil bahwa 44% konsumen kartu simPATI termasuk dalam tipe *satisfied buyer*, nilai rata-rata yang dihasilkan sebesar 3,43% menunjukkan bahwa semua konsumen tipe ini (*satisfied buyer*) setuju dengan segala atribut dan produk yang dikemas dan ditawarkan oleh kartu simPATI. Hal ini berarti membuktikan hipotesis kedua yang digunakan, dimana dinyatakan bahwa *satisfied buyer* merupakan tipe konsumen yang paling dominan. Sedangkan untuk konsumen dengan tipe *committed buyer* yang secara umum menjadi tipe konsumen yang diharapkan oleh setiap perusahaan, menempati tingkat kedua dengan jumlah konsumen sebanyak 43%. Keberadaan konsumen dengan tipe *habitual buyer* merupakan memberikan nilai tambah dan tantangan tersendiri untuk perusahaan, karena apabila perusahaan dapat mengelola dan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diinginkannya, maka konsumen tipe ini dapat dialihkan menjadi konsumen dengan tipe yang lebih baik. Meskipun tipe konsumen *switcher buyer* memiliki prosentase terkecil di antara tipe konsumen kartu simPATI yaitu 35%, hal ini perlu diperhatikan dan diwaspadai oleh perusahaan, mengingat *switching cost* juga gencar dilakukan oleh *provider-provider* lainnya. Akan tetapi dilihat dari nilai rata-rata yang dimiliki konsumen dengan tipe ini (*switcher buyer*) yaitu 2,98, yang menunjukkan bahwa konsumen tipe ini bersikap netral terhadap kartu simPATI, maka hal ini dapat dijadikan nilai tambah yang sangat penting bagi strategi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Telkomsel.

Kata kunci : Tingkat Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas segala nikmat, rahmat, berkah dan fadillah Allah SWT yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: "ANALISIS TINGKAT LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KARTU simPATI (Studi Kasus pada Pengunjung GraPARI Telkomsel Surakarta)".

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama penyusunan skripsi ini telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan karunia serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Bambang Setiadji, M.S., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Dr. Triyono, M.si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Agus Muqorobin. MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Bapak Drs. Ma'ruf, MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kusudiyarsana, SE, M.Si. selaku pembimbing akademik yang selama ini selalu memberikan arahan-arahan dengan sabar dan bijak.
7. Bapak dan ibu dosen-dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis terutama Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
8. Seluruh Staf dan Karyawan di Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah mambantu kebutuhan administratif penulis selama studi
9. Ibunda dan Almarhum Ayah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, cinta, pengorbanan, dukungan dan kebahagiaan yang begitu indah dalam hidupku hingga saat ini.
10. Kakakku yang selalu mendukung dan menjadi sahabat terbaik dalam hidupku.
11. Keluarga besarku yang telah memberikan perhatian, pengertian dan dukungannya, baik itu berupa moril maupun materiil
12. Teman-teman Jurusan Manajemen '09 terima kasih atas doanya.
13. Dan semua pihak yang telah memberikan bantuan yang berguna bagi penyusunan skripsi ini.
14. Khusus buat temen spesial, Punxky septi (*Maniax*), Heri (*Koinds*), Budi (*Bukan*), Faisal (*Aja*), Rahmad, Devi (*pin*), Wulan (*upin*), Indri (*ting-ting*),

Rini (*Dora*), Siti (*Ceplis*), Novi (*Demek*), Umi (*Obloh-obloh*), Puri (*Hapsari*). Banyak suka duka kita lewati bersama selama 4 tahun. Aku harap Kelulusan ini jangan pernah dijadikan sebuah perpisahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan makalah skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati, penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga naskah skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Surakarta, 31 Oktober 2013

Penulis



Ary Dwi Nugroho

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | iii |
| HALAMAN MOTTO | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAKSI..... | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah... .. | 6 |
| C. Tujuan Penelitian... .. | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| E. Sistematika Pembahasan | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | |
| A. Loyalitas Konsumen | 9 |
| B. Anteseden Kepercayaan Konsumen terhadap Merek | 13 |
| C. Konsep Loyalitas Merek | 21 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| D. Hasil penelitian Terdahulu | 25 |
| E. Hipotesis | 28 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Kerangka Pemikiran | 29 |
| B. Metode Penentuan Lokasi m..... | 30 |
| C. Metode Pengumpulan Data | 30 |
| D. Definisi Operasional Variabel | 32 |
| 1. Tingkat Loyalitas sebagai Variabel Indpenden | 32 |
| 2. Loyalitas Merek | 33 |
| E. Data dan Sumber Data | 33 |
| F. Metode Analisis Data | 34 |
| 1. Analisis Deskriptif berdasarkan Variabel Demografi | 34 |
| 2. Uji Validitas dan Reliabilitas | 35 |
| 3. Analisis Tingkat Loyalitas | 39 |

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

| | |
|---------------------------------------|----|
| A. Gambaran Umum Perusahaan | 40 |
| 1. Sejarah Berdirinya Telkomsel | 40 |
| 2. Kantor Pelayanan Telkomsel | 42 |
| a. Grapari | 43 |
| b. Gerai HALO | 44 |
| c. Plaza GraPARI | 45 |
| 3. Struktur Organisasi | 45 |
| 4. Produk-produk Telkomsel | 46 |

| | |
|---|----|
| a. Kartu HALO | 47 |
| b. Kartu simPATI | 47 |
| c. Kartu AS | 50 |
| 5. Lokasi Perusahaan | 50 |
| B. Deskripsi Responden | 51 |
| C. Analisis Uji Instrumen | 54 |
| 1. Uji Validitas | 54 |
| 2. Uji Reliabilitas | 60 |
| D. Analisis Tingkat Loyalitas Merek | 61 |
| 1. <i>Committed Buyer</i> | 61 |
| 2. <i>Liking the Brand</i> | 63 |
| 3. <i>Satisfied Buyer</i> | 65 |
| 4. <i>Habitual Buyer</i> | 67 |
| 5. <i>Switcher Buyer</i> | 69 |
| E. Pembahasan hasil Penelitian | 71 |

BAB V PENUTUP

| | |
|----------------------------------|----|
| A. Kesimpulan | 75 |
| B. Keterbatasan Penelitian | 77 |
| C. Saran | 78 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.1 | Variabel Demografi berdasarkan Jenis Kelamin | 51 |
| Tabel 4.2 | Variabel Demografi berdasarkan Umur | 52 |
| Tabel 4.3 | Variabel Demografi berdasarkan Tingkat Pendidikan | 53 |
| Tabel 4.4 | Variabel Demografi berdasarkan Pekerjaan | 53 |
| Tabel 4.5 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Committed Buyer</i> | 56 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Liking The Brand</i> | 56 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Satiesfied Buyer</i> | 57 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Habitual Buyer</i> | 58 |
| Tabel 4.9 | Hasil Uji Validitas Variabel <i>Switcher Buyer</i> | 58 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek | 59 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji Realibilitas | 60 |
| Tabel 4.12 | Perhitungan <i>Committed Buyer</i> | 62 |
| Tabel 4.13 | Perhitungan <i>Liking The Brand</i> | 64 |
| Tabel 4.14 | Perhitungan <i>Satiesfied Buyer</i> | 66 |
| Tabel 4.15 | Perhitungan <i>Habitual Buyer</i> | 68 |
| Tabel 4.16 | Perhitungan <i>Switcher Buyer</i> | 70 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Model dari <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i> | 14 |
| Gambar 2.2 | Piramida Loyalitas | 22 |
| Gambar 2.3 | Piramida Tingkat Loyalitas (Kuat dan Lemah) | 23 |
| Gambar 3.1 | Kerangka Pemikiran Piramida Loyalitas Merek | 27 |
| Gambar 4.1 | Struktur Organisasi Telkomsel Solo | 45 |
| Gambar 4.2 | Contoh Tampilan Kartu HALO | 47 |
| Gambar 4.3 | Contoh Tampilan Kartu simPATI | 47 |
| Gambar 4.4 | Contoh Tampilan Kartu AS | 50 |
| Gambar 4.5 | Piramida Loyalitas Konsumen yang Kuat | 72 |
| Gambar 4.6 | Hasil Perhitungan Analisis Tingkat Loyalitas | 72 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Data Tabulasi

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas