

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN JARINGAN INTERNET PADA
TELKOM SPEEDY DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Alexander Agan Wicaksono

11110007

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2018**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

ALEXANDER AGAN WICAKSONO

NIM: 11110007

Program Studi: MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN JARINGAN INTERNET PADA TELKOM SPEEDY DI
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ALEXANDER AGAN WICAKSONO

11110007

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 09 AUG 2018.....

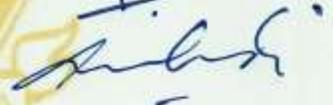
Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si
(Ketua tim/Dosen Penguji)

2. Dr. Heru Kristanto, MT
(Dosen Penguji)

3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



Yogyakarta, 31 JAN 2019.....

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA.PhD

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN JARINGAN INTERNET PADA TELKOM SPEEDY DI KOTA YOGYAKARTA. Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiat atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 09-08-2018



(Alexander Agan Wicaksono)

11110007

HALAMAN MOTTO

“Aku tahu, bahwa Engkau sanggup melakukan segala sesuatu, dan tidak ada rencana-Mu yang gagal.”

(Ayub 42:2)

“Don’t trust anyone that says you can’t do it. Show them you can!”

(Rapunzel)

“Tell me and i’ll forget. Show me and I may remember. Involve me and i learn.”

(Benjamin Franklin)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan pada:

- ❖ Tuhan Yesus Kristus
- ❖ Kedua Orang Tua
- ❖ Sodara
- ❖ Sahabat

©UKDWN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia, berkat, dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan jaringan internet pada telkom *speedy* di kota Yogyakarta”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan moril maupun materil dari berbagai pihak, penyelesaian Tugas Akhir ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan, berkat, sukacita, dan hikmat sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik, atas semua kemudahan demi kemudahan yang penulis dapatkan, atas semua ketepatan yang Tuhan berikan. Segala hormat, pujian, kemuliaan hanya bagiMu Raja diatas segala raja.
2. Bapak Drs.Sisnuhadi.,MBA,PhD selaku dosen pembimbing yang dengan tekun dan sabar membimbing dan memberikan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Dosen – dosen Fakultas Bisnis serta jajaran pengurus UKDW yang memberi saya kesempatan untuk menimba ilmu pada kampus ini.
4. Orangtua saya, yang selalu memberi dukungan dan doa untuk saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

5. Sodara saya, Stevanus Banang Christian beserta istrinya Paramitha Rindu Kusumasari yang selalu memberikan semangat untuk bisa menyelesaikan tugas akhir ini, serta selalu memberi motivasi kepada saya.
6. Keluarga Besar Kwee Biauwh Khing dan Hwan Hok Tjwan yang memberikan dukungan, doa, serta semangat.
7. Sahabat terkasih saya Hanako Yamashika yang selalu membantu, serta memberi saran dan masukan ketika mengerjakan tugas akhir ini bahkan selalu menemani selama saya berkuliah di UKDW.
8. Temankku “GONG2”, Teman-teman Kost Pandawa Babarsari TB 18/4B, dan teman – teman saya di UKDW yang selalu memberi semangat dan menemani saya selama kuliah serta tinggal di Jogja.
9. Teman-teman yang lain serta semua pihak yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat skripsi ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, 25 Juli 2018

Penulis,

Alexander Agan Wicaksono

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Loyalitas Pelanggan	9
2.2 Kepercayaan Pelanggan.....	15
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4 Penelitian Yang Relevan	24
2.5 Kerangka Pemikiran	25
2.6 Hipotesis (H)	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27

3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5	Teknik Analisa Data	30
3.6	Uji Instrumen.....	31
3.6.1	Uji Validitas	32
3.6.2	Uji Reliabilitas	32
3.7	Uji Hipotesis.....	33
3.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	33
3.7.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	34
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi Berganda	35
BAB IV		36
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Analisa Prosentase.....	36
4.2	Uji Instrumen.....	39
4.2.1	Uji Validitas	39
4.2.2	Uji Reabilitas.....	41
4.3	Uji Hipotesis.....	42
4.3.1	Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F).....	42
4.3.2	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	44
4.3.3	Uji Determinasi (R^2)	46
4.2.3	Pembahasan dan Hasil Penelitian	46
BAB V		50
KESIMPULAN DAN SARAN.....		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN.....		54

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4. 3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
Tabel 4. 4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Terakhir	38
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X_1).....	40
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Pelanggan (X_2)	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Penelitian Reliability Statistics.....	41
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	42
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Determinasi (R^2).....	46

DAFTAR BAGAN

Bagan 2 1 Kerangka Berfikir	26
-----------------------------------	----

©UKDW

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Telkom *speedy* di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Telkom Speedy* di Yogyakarta yang semakin semarak. Ketiga aspek tersebut digambarkan dalam model penelitian ini dengan menetapkan Loyalitas sebagai variabel terikat sedangkan kepercayaan dan kepuasan merupakan variable bebas.

Perusahaan jaringan internet yang diambil dalam penelitian ini adalah Telkom *Speedy* yang ada di Yogyakarta dimana perusahaan tersebut adalah salah satu perusahaan jaringan besar yang ada di Indonesia. Konseptual model penelitian dikembangkan berdasarkan penelitian sebelumnya dan kemudian model tersebut divalidasi melalui analisis data yang dikumpulkan dari 90 pelanggan jaringan internet Telkom *Speedy* tersebut. Data pelanggan yang digunakan sebagai sample ini diperoleh menggunakan metode *Sampling Purposive*, yaitu pengambilan sample berdasarkan pertimbangan tertentu yang *representative* agar dapat mewakili seluruh populasi yang akan diteliti. Selanjutnya data pelanggan akan disebut sebagai data premier, dimana data tersebut adalah hasil kuisisioner yang diisi oleh pelanggan jaringan internet Telkom *Speedy* selama minimal 6 (enam) bulan. Data tersebut digunakan sebagai informasi yang selanjutnya dianalisa menggunakan metode regresi berganda dengan bantuan skala Likert yang diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dari data penelitian menunjukkan bahwa dari 90 responden yang telah mengisi kuisisioner, data menunjukkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan sangat tinggi.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This thesis entitled Influence of Trust and Satisfaction of Customer Loyalty at Telkom Company speedy in Yogyakarta. This study aims to examine the influence of trust and satisfaction on customer loyalty in Telkom Speedy company in Yogyakarta is more lively. These three aspects are described in this research model by establishing Loyalty as a dependent variable whereas trust and satisfaction are independent variables.

Internet network company taken in this research is Telkom Speedy in Yogyakarta where the company is one of big network company that exist in Indonesia. Conceptual research model was developed based on previous research and then the model is validated through analysis of data collected from 90 subscriber of Telkom Speedy internet network. The customer data used as this sample is obtained using the method Sampling Purposive, namely taking samples based on certain considerations that representative in order to represent the entire population to be studied. Furthermore, customer data will be referred to as premier data, where the data is the result of a questionnaire filled by Telkom Speedy internet network subscribers for at least 6 (six) months. The data is used as information which is then analyzed using multiple regression method with the help of Likert scale which is processed using program SPSS for windows versi 17

The research results show for a positive impact between trust a den of satisfaction with customer loyalty. From the data research shows that than 90 the respondents who have fill of the questionnaire was,, data showing satisfaction, trust and very high customer loyalty.

Key Words : *Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan*

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Telkom *speedy* di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan *Telkom Speedy* di Yogyakarta yang semakin semarak. Ketiga aspek tersebut digambarkan dalam model penelitian ini dengan menetapkan Loyalitas sebagai variabel terikat sedangkan kepercayaan dan kepuasan merupakan variable bebas.

Perusahaan jaringan internet yang diambil dalam penelitian ini adalah Telkom *Speedy* yang ada di Yogyakarta dimana perusahaan tersebut adalah salah satu perusahaan jaringan besar yang ada di Indonesia. Konseptual model penelitian dikembangkan berdasarkan penelitian sebelumnya dan kemudian model tersebut divalidasi melalui analisis data yang dikumpulkan dari 90 pelanggan jaringan internet Telkom *Speedy* tersebut. Data pelanggan yang digunakan sebagai sample ini diperoleh menggunakan metode *Sampling Purposive*, yaitu pengambilan sample berdasarkan pertimbangan tertentu yang *representative* agar dapat mewakili seluruh populasi yang akan diteliti. Selanjutnya data pelanggan akan disebut sebagai data premier, dimana data tersebut adalah hasil kuisisioner yang diisi oleh pelanggan jaringan internet Telkom *Speedy* selama minimal 6 (enam) bulan. Data tersebut digunakan sebagai informasi yang selanjutnya dianalisa menggunakan metode regresi berganda dengan bantuan skala Likert yang diolah menggunakan bantuan program SPSS versi 17.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan. Dari data penelitian menunjukkan bahwa dari 90 responden yang telah mengisi kuisisioner, data menunjukkan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan sangat tinggi.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This thesis entitled Influence of Trust and Satisfaction of Customer Loyalty at Telkom Company speedy in Yogyakarta. This study aims to examine the influence of trust and satisfaction on customer loyalty in Telkom Speedy company in Yogyakarta is more lively. These three aspects are described in this research model by establishing Loyalty as a dependent variable whereas trust and satisfaction are independent variables.

Internet network company taken in this research is Telkom Speedy in Yogyakarta where the company is one of big network company that exist in Indonesia. Conceptual research model was developed based on previous research and then the model is validated through analysis of data collected from 90 subscriber of Telkom Speedy internet network. The customer data used as this sample is obtained using the method Sampling Purposive, namely taking samples based on certain considerations that representative in order to represent the entire population to be studied. Furthermore, customer data will be referred to as premier data, where the data is the result of a questionnaire filled by Telkom Speedy internet network subscribers for at least 6 (six) months. The data is used as information which is then analyzed using multiple regression method with the help of Likert scale which is processed using program SPSS for windows versi 17

The research results show for a positive impact between trust a den of satisfaction with customer loyalty. From the data research shows that than 90 the respondents who have fill of the questionnaire was,, data showing satisfaction, trust and very high customer loyalty.

Key Words : *Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam prakteknya, konsep inti pemasaran selalu menekankan pada identifikasi kebutuhan konsumen, yang selanjutnya di buat dan di kembangkan melalui sebuah produk atau jasa pelayanan. Proses identifikasi kebutuhan konsumen ini tentunya akan terus berlangsung karena pasar dan konsumen terus berubah dan berkembang. Dalam dunia usaha, kegiatan pemasaran merupakan suatu fungsi pokok yang memegang peranan sangat penting. Pemasaran merupakan salah satu strategi untuk menarik masyarakat agar bersedia menjadi pelanggan dan mau menggunakan dan membeli produk atau jasa yang ditawarkan, dalam hal ini adalah pembelian produk Jaringan Internet. Jaringan Internet dibutuhkan karena adanya perkembangan teknologi yang dapat mempengaruhi aktifitas keseharian masyarakat. Hal ini menyebabkan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang bergerak di bidang teknologi informasi dan semakin meningkatkan persaingan.

Lingkungan persaingan yang ketat telah memaksa perusahaan bisnis jaringan internet untuk mencari berbagai macam cara sehingga mencapai keunggulan kompetitif, tidak hanya mempertahankan reputasi dalam pasar namun juga untuk mempertahankan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan bisnis jaringan internet yang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan strategi produk, harga, pelayanan, sistem distribusi, dan sebagainya. Namun demikian, banyak perusahaan telah mencari

keunggulan kompetitif yang berkesinambungan lewat hubungan kerjasama jangka panjang, baik dengan pemasok maupun dengan konsumen. Sifat ketergantungan dan kepercayaan merupakan salah satu faktor utama dalam proses pengembangan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Loyalitas secara harfiah diartikan sebagai kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Menurut Mowen dan Minor loyalitas merupakan kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang (Mardalis, 2005). Loyalitas meliputi kemungkinan pembelian lebih lanjut atau perubahan perjanjian pelayanan atau sebaliknya seberapa besar kemungkinan pelanggan akan beralih kepada merek atau penyedia layanan lain. Dengan kata lain loyalitas pelanggan merupakan hal yang penting dan berharga bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang loyal akan memperluas “kesetiaan” terhadap produk-produk lain buatan produsen dan perusahaan yang sama. Kotler menyatakan bahwa kesetiaan terhadap merek merupakan salah satu dari aset merek, yang menunjukkan mahalnya nilai sebuah loyalitas, karena untuk membangunnya banyak tantangan yang harus di hadapi dan membutuhkan waktu yang lama (Mardikawati & Farida, 2013).

Loyalitas Pelanggan dapat di pengaruhi oleh beberapa variabel. Variabel yang kerap berhubungan dengan loyalitas adalah Kepuasan pelanggan dan Kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun sebuah komitmen. Menurut Kotler, *“Satisfaction reflects a persons judgements of a products perceived performance (or out come) in relationship to expectation yang berarti*

kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang di hasilkan dari perbandingan performance produk terhadap ekspektasi mereka. Jika *performance* gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas. Jika *performance* sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan menjadi puas. Jika *performance* melebihi ekspektasi maka pelanggan merasa sangat puas (Sasongko & Subagio, 2013). Tingkat kepuasan yang lebih tinggi merupakan konsekuensi alami dari pengalaman yang lebih positif bagi perusahaan itu sendiri. Hal ini menyebabkan pelanggan akan berbagi pengalaman kepada pelanggan lain, merekomendasikan perusahaan tersebut yang telah menyajikan pelayanan yang luar biasa dan mengerahkan upaya tambahan untuk memanfaatkan sebuah perusahaan yang unggul di atas para pesaing. Sama halnya yang di ungkapkan oleh Tjiptono bahwa terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Mardikawati & Farida, 2013).

Selain kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan juga merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Membangun sebuah kepercayaan merupakan hal yang sangat penting karena kepercayaan merupakan kunci keberlangsungan hidup merek dalam jangka panjang. Menurut Bloemer & Odekerken-Schroder kepercayaan dan komitmen yang dibangun oleh pelanggan merupakan mediator atau perantara dari hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan. Pada salah satu jurnal penelitian menunjukkan bahwa kepuasan secara positif menguatkan kepercayaan pelanggan dan mengarahkan komitmen

mereka hingga akhirnya mampu meningkatkan *word of mouth*, niat beli atau loyalitas pelanggan dalam bentuk *purchase intention*, ketidakpekaan terhadap harga (*price insensitivity*) (Fasochah & Harnoto, 2013). Kepercayaan secara jelas sangat bermanfaat dan penting untuk membangun hubungan antara konsumen dan produsen, walaupun menjadi pihak yang di percaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Tingkat kepercayaan konsumen mempengaruhi derajat niat beli, sehingga semakin mudah bagi perusahaan mempertahankan konsumen.

Saat ini perusahaan jasa bisnis jaringan internet di Yogyakarta yang sudah lama berkembang adalah *Telkom Speedy*. Perusahaan bisnis yang berkembang dibidang teknologi tersebut telah berdiri sejak lama dan memiliki pelanggan yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun seiring berjalannya waktu, kehadiran bisnis jaringan internet baru semakin marak di Yogyakarta, sehingga keberadaan bisnis jaringan internet semakin mudah ditemukan di Yogyakarta. Varian produk dan jasa yang diberikan oleh perusahaan jaringan internet yang berbeda – beda menuntut konsumen baru untuk pandai memilih perusahaan jaringan internet yang bisa memberikan kepuasan ketika menggunakan produknya. Tak hanya bagi konsumen baru, munculnya perusahaan jaringan internet yang tampil dengan berbagai kemiripan dapat menyebabkan konsumen lama yang telah bertahun – tahun loyal pada satu perusahaan jaringan internet untuk pindah atau ingin mencoba perusahaan jaringan internet lainnya.

Perpindahan konsumen dari perusahaan jaringan internet ke perusahaan jaringan internet yang lain tentu saja dapat menimbulkan adanya perubahan pada kepercayaan dan kepuasan konsumen, yang selanjutnya akan mempengaruhi loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis ingin mengkaji lebih dalam mengenai

**“PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA JARINGAN INTERNET TELKOM SPEEDY DI KOTA
YOGYAKARTA”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas mengenai kepercayaan dan kepuasan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pada perusahaan jaringan internet maka dapat di rumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

- 1.2.1 Apakah kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta?
- 1.2.2 Apakah kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta?
- 1.2.3 Apakah kepercayaan dan kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta?

1.3 Batasan Penelitian

Untuk memudahkan pembahasan dari penelitian diperlukan batasan masalah yang meliputi :

- 1.3.1 Penelitian dilakukan pada konsumen yang berlangganan internet di Perusahaan Telkom *Speedy* dengan jumlah 90 pelanggan.
- 1.3.2 Daerah penelitian di batasi hanya di kota Yogyakarta.
- 1.3.3 Penelitian mengkaji mengenai pengaruh kepercayaan dan kepuasan terhadap Loyalitas pelanggan.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1.4.1 Mengetahui pengaruh positif mengenai kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta.
- 1.4.2 Mengetahui pengaruh positif mengenai kepuasan terhadap loyalitas pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta.
- 1.4.3 Mengetahui pengaruh positif mengenai kepercayaan terhadap loyalitas kepuasan pelanggan jaringan internet Telkom *speedy* di kota yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain :

1.5.1 Bagi penulis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat memberikan kesempatan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kepercayaan,kepuasan dan komitmen pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga sebagai Tugas Akhir bagi penulis di Universitas Kristen Duta Wacana.

1.5.2 Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam rangka melakukan pertimbangan dan pengembangan strategi khususnya tentang kepercayaan,kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.5.3 Bagi pihak lain

Diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta memberikan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kepercayaan,kepuasan dan loyalitas pelanggan Telkom *speedy*.

1.6 Sistematika Penulisan

1.6.1 BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah,batasan masalah, tujuan penelitian,manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

1.6.2 BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang di bahas dan di jadikan sebagai dasar atau acuan dalam pemecahan masalah guna pencapaian tujuan penelitian tugas akhir ini.

1.6.3 BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi obyek penelitian,data,populasi dan metode pengambilan sampel, teknik pengumpulan data,uji kuesioner,teknik analisis data.

1.6.4 BAB IV ANALISIS DATA

Bab ini berisi hasil analisis data yang diperoleh secara statistic dengan menggunakan indeks kepuasan konsumen dan inteprestasi dari hasil pengolahan data.

1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari semua hal yang telah diuraikan. Selain tentang saran-saran yang di harapkan bermanfaat bagi perusahaan dalam memberikan keunggulan bersaing.

©UKDWN

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis tentang pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Telkom Speedy di Yogyakarta pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- 5.1.1 Adanya pengaruh positif antara Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepercayaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini berdasarkan hasil analisa SPSS yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05.
- 5.1.2 Adanya pengaruh positif antara Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Loyalitas Pelanggan hal ini berdasarkan hasil analisa SPSS yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih kecil dari 0,05.
- 5.1.3 Hasil perhitungan proporsi pengaruh total yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan kepuasan merupakan faktor – faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas pelanggan terhadap Perusahaan jaringan internet Telkom Speedy di Yogyakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Kepada Perusahaan

Untuk para manajer ataupun owner Telkom *speedy* di Yogyakarta sebaiknya terus memperhatikan pelanggannya dan kualitas perusahaan. Memperhatikan pelanggan misalnya memberikan fasilitas kepada pelanggan yang datang seperti ruang tunggu yang nyaman, dingin, dan terdapat alat penghibur saat menunggu yaitu majalah, televisi, maupun pembuat minum otomatis. Kualitas perusahaan juga harus diperhatikan misalnya merekrut karyawan dengan kualitas yang baik. Jika kedua hal tersebut terpenuhi,, akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dan terciptanya komitmen untuk tetap menggunakan jasa Telkom *speedy*.

5.2.2 Kepada Peneliti yang datang

Peneliti selanjutnya dapat melakukannya pada Telkom *speedy* yang berada di kota Yogyakarta dengan topik dan sampel yang berbeda pula. Seperti yang kita ketahui saat ini, semakin maraknya bisnis jaringan internet yang ada di Yogyakarta ini membuat kualitas jaringan internet kurang diperhatikan. Untuk itu bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk meneliti tentang kualitas dan persepsi konsumen terhadap Telkom *speedy* yang ada di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah N. (2012,). *Loyalitas Pelanggan*: <http://www.nuraisyah.net/2012/07/loyalitas-pelanggan.html?m=1>
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 2, No. 1., hal. 1-9.
- Burhanuddin, A. (2013,). *Landasan Teori, Kerangka pikir dan Hipotesis*. :<https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/landasan-teori-kerangka-pikir-dan-hipotesis/>
- Deswita, S., Firman, & Abror. (2013). Pengaruh Kepercayaan dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Kiriman Barang Pada PT.Citra Van Titipan Kilat Cabang Bukit Tinggi. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Vol 2 No1, 43-57.
- Dharmawansyah, I. (2013). Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (*Studi Kasus Pada Rumah Makan Pring Asri Bumiayu*). *Management Analysis Journal 2* , 1-10.
- Fasochah, & Harnoto. (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada RS darul istiqomah kaliwungu kendal). *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi-ISSN NO. 34 / April, hal 1-22*.
- Fian, J. A., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan AUTO 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 6, Juni* , 1-18.
- Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. *Benefit, vol.9, No2*, 111-119.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi Po Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis Vol2 No1*, 64-75.
- Mawaddah, A. (2016,). *Kuisisioner Penelitian Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.: <http://ainulmwddh.blogspot.com/2016/01/kuisisioner-penelitian-pengaruh-dimensi.html>

- Musanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, September, 123 - 136.
- Putra, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Konsumen PT.Lontar Media Digital Printing Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political* , Hal 1-8.
- Putri, U., Suharyono, & Abdilah, Y. (2014). Pengaruh Relation Marketing Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Jatim Cabang Pasaruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 15 No2, hal 4.
- R, M. (2017,). *Teori Asumsi Klasik Regresi Linier Berganda.:* <https://mardanijournal.wordpress.com/2017/03/05/asumsi-klasik-regresi-linear-berganda/>
- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth, Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking Volume 4, No. 1, May*, 31 –42.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restorant Ayam Penyet RIA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Voll.No2*, 1-7.
- Suryawan, S., & Dharmayanti, D. (2013). Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1 No. 3*, 1-10.
- Yuliawan, E., & Cuaca, W. (2016). MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN PADA BRASTAGI SUPERMARKET (JL. GATOT SUBROTO NO. 288 MEDAN). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Volume 6, Nomor 02,*, 177-192.