

**ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP
KARTU SELULAR SIMPATI
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMY)**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Oleh

**YENI IVO GETARI HS
20010410139**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2005**

MOTTO

Semuanya hanyalah dengan Ilmu (Pengetahuan) yang bersandar pada iman, Ilmu adalah senjata, Pengetahuan adalah harta, Iman adalah penunjuk arah, *The religion is the Guide of the lost*, dan karena *La religion est La Porteur. quand chercher des sciences*. Iman dan Ilmu adalah *the both are inherent*, Ilmu tanpa agama adalah buta dan agama tanpa ilmu adalah cacat. Ilmu hanya dapat diperoleh dengan belajar, dimana saja dan kapan saja, karena hidup ini adalah "belajar". Jika kita tidak pernah "belajar" sesungguhnya kita hanya mayat hidup karena kita tak lebih dari ranting kering yang bergerak hanya karena adanya stimulator udara. Apakah kita ranting-ranting kering itu?

Kupersembahkan karya kecil ini kepada

✧ Papa Alm. H. Syafaruddin HS dan
Mama Hj. Prastuti, serta Abang dan
kakak-kakakku yang kucintai,
terimakasih atas do'a dan ikhtiyarnya,
semoga Rahmat Allah selalu
untukmu.

✧ Almamaterku, UMY

THANKS TO

The Almighty.....Allah SWT

Sujud syukur hamba pada-Mu yang mengabulkan doa dan menganugerahi amanah ilmu. Semoga hamba dapat mengamalkannya di jalan kebenaran. Amin.

Alm.Papa dan Mama tercinta.....

Pa, Ma ivo lulus... Makasih ya Ma... Mama selalu menjadi orang tua yang selalu berusaha untuk mengarahkan, selalu berdoa dan berusaha tiada kenal henti dengan cucuran keringat dan air mata...

My big brother 'indra' (rajin kerja ya..) and my sister's cie" (ayo kelarin tesisnya) &bie" (cayo... kak pasti bisa!!!)

Semoga kita semua bisa menjadi kebanggaan mama dan Alm. Papa, Ok!

Teman" terbaikku, 'jeng' Anika dan Dewi

Ika, kisah perjuangan kita diujung masa kuliah takkan terlupakan, namun perjuangan kita belum berakhir... Jangan lupakan aku ya... Keep in touch ok...

Dewi, kamu adalah teman pertamaku di kampus, masa" kuliah kita yang indah dan perjuangan keras kita akan selalu terkenang...

Cayo skripsinya ya!!! Don't forget me..

My cousin Telly

You are the best, makasih ya udah mau jadi tempat curhat dan tempat pelimpahan kekesalan. Rajin" kuliah ya...

Anak" kos Cemara Tunggal

Ririn (makasih atas segala bantuannya), Mba Rahma (ayo cepat kelarin skripsinya)

Teman" Manajemen B '01

Ocha (perjuangan kita sukses ya..), Nuri, Leni, Erna, Rika, Lena, Ana, Ita, Nizar, Nunuk, Ida, Endang, Suci, Eni, Santi, Yayuk, Rasih, Piyana, Adit, Mawan, Paijo, Rama, Ipul, Dado, Cecép, Jazuli, Eko, Rahmat, Yoga, Nunu', dan teman" yang pernah datang dan pergi...

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah Rabbil'alamin, penulis panjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada suri tauladan kita nabi Muhammad SAW, penuntun manusia dari kegelapan.

Skripsi dengan judul **ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KARTU SELULAR SIMPATI (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)** ini dibuat sebagai salah satu prasyarat bagi penulis untuk meraih gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. .

Pada kesempatan ini, perkenankanlah bagi penulis untuk menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini :

1. Ibu Dra. Tri Maryati, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, waktu, petunjuk dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Heru Kurnianto Tjahjono, S.E, M.M yang telah memberikan ilmu, waktu dan pengarahannya kepada penulis.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi yang telah mentransfer ilmu dan pengetahuannya kepada penulis.

4. Keluargaku tercinta : Alm. Papa H. Syafaruddin HS dan Mama Hj. Prastuti tercinta, abang dan kakak-kakakku tersayang. Terima kasih atas pengertian, doa, dorongan serta kasih sayangnya.
5. Dan semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki sehingga penulis mengharapkan kririk dan saran dari pembaca yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan teman-teman jurusan Manajemen pada khususnya.

Yogyakarta, April 2005

Yeni Ivo Getari HS

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Landasan Teori.....	7
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10

3. Pengertian Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>).....	16
4. Fungsi Loyalitas Merek.....	18
5. Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
C. Hipotesis.....	24
BAB III METODA PENELITIAN	26
A. Subyek Penelitian.....	26
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	26
C. Jenis Data	27
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
F. Uji Kualitas Data.....	30
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian.....	35
1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	35
2. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	39
3. Profil Produk Kartu Selular Simpati	42
4. Profil Responden.....	44
B. Uji Kevalidan Data.....	49
1. Pengujian Validitas	49
2. Pengujian Reliabilitas.....	50

C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	51
1. Pengujian Hipotesis Pertama	51
2. Pengujian Hipotesis Kedua	54
D. Pembahasan (Interpretasi)	59
1. Tingkat Perpindahan Merek	59
2. Penilaian Konsumen Terhadap Tingkatan <i>BrandLoyalty</i>	60
BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
C. Keterbatasan Penelitian	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Mulai Angkatan 1992-2004.....	39
4.2 Daftar Mahasiswa Aktif Semester Genap 2004/2005 Fakultas Ekonomi	41
4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	45
4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan	46
4.6 Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Waktu Penggunaan	47
4.7 Frekuensi Responden Berdasarkan Penggunaan Merek Lain.....	47
4.8 Data Merek Lain yang Digunakan Responden Selain Simpati	48
4.9 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	50
4.10 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian	51
4.11 Perhitungan Tingkat Perpindahan (Pro T).....	53
4.12 Nilai Mean Aritmatik Pada Lima Tingkatan Loyalitas merek Produk Kartu Selular Simpati	56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
I <i>Questionnaire</i>	67
II <i>Case Summaries</i>	71
III <i>Validity & Reliability</i>	77
IV Analisis Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	82

INTISARI

Loyalitas konsumen terhadap suatu produk berawal dari kepuasan terhadap produk yang mereka gunakan, dalam penelitian ini penulis mencoba mengetahui bagaimana loyalitas konsumen terhadap kartu selular Simpati dan bagaimana penilaian konsumen terhadap tingkatan-tingkatan *Brand Loyalty*. Cara yang digunakan yaitu dengan menggunakan alat hitung Pro T (*Possibility Rate of Transition*) untuk mengetahui loyalitas konsumen dan hasilnya menunjukkan bahwa konsumen loyal karena prosentase kemungkinan perpindahan merek (Pro T) tidak terlalu besar jumlahnya yaitu sebesar 46,78%. Penilaian konsumen terhadap tingkatan *Brand Loyalty* diketahui dengan menggunakan alat hitung Mean Aritmatik dengan hasil relatif sama untuk masing-masing tingkatan yang masuk dalam kategori Baik (rentang 3,40-4,19), kecuali untuk tingkatan *Switcher*. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi UMY loyal terhadap kartu selular Simpati sedangkan penilaian konsumen terhadap tingkatan *Brand Loyalty* menghasilkan nilai rata-rata yang terletak pada rentang yang sama dalam kategori baik, kecuali *Switcher*.

Kata kunci : Loyalitas Merek, Tingkatan Loyalitas Merek

ABSTRACT

Loyalty starts from consumer's satisfaction on a product they have used for a certain period of time. On this research, we would like to discover the loyalty of users of SIMPATI cellular provider and how would they appreciate another Brand's Loyalty. Researcher used the analysis of Pro T (Possibility Rate of Transition) to discover the consumer's loyalty. The analysis showed that the users of SIMPATI cellular provider are loyal to the Brand of SIMPATI, since the possibility rate of transition for another brands was only 46.78%. Using the analysis of Mean Arithmetic, the researcher discovered that there was a relatively equal result for the category of 'well' (range: 3.40 – 4.19) on the consumer's appreciation against another brands of cellular provider, excluded for the type of switchers. It was concluded that the students of Faculty of Economy, Muhammadiyah University of Yogyakarta, are loyal to the brand of SIMPATI Cellular Provider while their appreciation against the level of Brand Loyalty are relatively equal for the category of 'well', excluded for the type of switchers.