

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN SWITCHING COST SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

*The Influence of satisfaction toward the customer loyalty with the switching costs
as the moderating variable*



Oleh

DWI ASTUTI

20070410082

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
SWITCHING COST SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar

Sarjana pada Fakultas Ekonomi

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta



Oleh

DWI ASTUTI

20070410082

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
SWITCHING COST SEBAGAI VARIABEL MODERASI



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Rini Juni Astuti / S.E., M.Si.

Tanggal: 3 Juni 2011

SKRIPSI
PENGARUH KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
SWITCHING COST SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Diajukan oleh

DWI ASTUTI
20070410082

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 21 Juni 2011

Yang terdiri dari

Drs. Sutisno Wibowo, M.M.

Ketua Tim Penguji

Rini Juni Astuti, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Tri Maryati, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : DWI ASTUTI

Nomor Mahasiswa : 20070410082

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan *Switching Cost* sebagai Variabel Moderasi" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

INTISARI

Loyalitas konsumen adalah suatu komitmen yang mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan suatu produk atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan pengulangan pembelian merek yang sama walaupun ada pengaruh situasi dan berbagai usaha pemasaran yang berpotensi untuk menyebabkan tindakan perpindahan merek. Selain itu dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat pada saat sekarang ini akan membawa dampak yang cukup besar dalam dunia usaha khususnya di bidang telekomunikasi.

Penelitian tentang loyalitas konsumen yang diukur melalui kepuasan pelanggan dengan *switching cost* sebagai variabel moderating. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen dengan *switching cost* sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu seluler CDMA di kota Yogyakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* teknik pengambilan sampel dalam hal ini terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, kemungkinan karena sampel adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi kriteria yang ditentukan oleh peneliti dengan jumlah sampel 200 orang. Dalam penelitian ini analisis regresi moderasi dengan menggunakan bantuan program SPSS 17.0 *for windows* diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut diatas. Pengujian nilai-nilai parameter yang dihasilkan akan dilakukan dengan uji t test juga dilakukan uji *Adjusted R²* untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari variabel kepuasan berpengaruh positif dan hasilnya signifikan terhadap loyalitas konsumen, sedangkan *switching cost* sebagai variabel moderasi hasilnya tidak signifikan artinya *switching cost* tidak berperan dalam memoderasi kepuasan dengan loyalitas konsumen.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, *switching cost*, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Consumer loyalty is a deep commitment to buy back or subscribe to a product or service consistently in the future so as to cause the repetition of the same brand purchase despite influence the situation and variety of marketing efforts that have the potential for brand displacement action displaced. In addition to the increasingly rapid development of technology at this present moment will bring a considerable impact in the business world, especially in telecommunications.

Research on consumer loyalty is measured through customer satisfaction with switching costs as a moderating variable. The goal is to determine the effect of satisfaction on consumer loyalty to the switching cost as a moderating variable. The population in this study is the CDMA cellular card users in the city of Yogyakarta. Sampling method used non-probability sampling is purposive sampling sampling technique in this case is limited to a certain kind of person who can provide the desired information, probably because the sample is the only one who has it, or meet the criteria set by the researchers with the number of samples 200. In this study the moderation regression analysis using SPSS 17.0 for windows is needed to determine the effect of the variables mentioned above. Testing the parameter values generated will be done by t test test Adjusted R2 also performed to identify how much influence the independent variables can affect the dependent variable.

The results showed that the satisfaction variables and the results were significant positive effect on consumer loyalty, switching costs as a variable while the results were not significant moderation means no switching costs play a role in moderating satisfaction with customer loyalty.

Keywords: customer satisfaction, switching costs. consumer lovaltv

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen dengan *Switching Cost* sebagai Variabel Moderasi pada Pengguna Kartu Seluler CDMA di kota Yogyakarta".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat memberikan masukan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Bapak Misbahul Anwar, SE, Msi. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Kepala Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Ibu Sri Handari Wahyuningsih, SE, Msi yang telah banyak memberi bimbingan dan mempermudah selama penulis menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Rini Juni Astuti, SE, Msi yang penuh kesabaran telah membimbing saya dan memberikan masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
INTISARI	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
1. Kepuasan Konsumen	10
2. Loyalitas	16
3. Switching Cost	19
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hipotesis Penelitian	25
D. Model Penelitian	29

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Subyek dan Obyek Penelitian	30
	B. Jenis Data	30
	C. Teknik Pengambilan Sampel	30
	D. Teknik Pengumpulan Data	33
	E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	33
	F. Uji Kualitas Instrumen	37
	G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
	B. Uji Kualitas Instrumen	52
	C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)	58
	D. Pembahasan (Interpretasi)	62
BAB V	SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN	
	A. Simpulan	65
	B. Saran	65
	C. Keterbatasan Penelitian	66

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Populasi dan tingkat pengembalian kuesioner.....	46
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan CDMA yang dipakai.....	50
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan.....	52
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas kepuasan konsumen.....	54
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Validitas Switching Cost.....	55
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Konsumen.....	56
Tabel 4.10	Hasil Analisis Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Moderasi	59
Tabel 4.12	Hasil Analisis Uji t Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4.13	Hasil Analisis Uji t Switching Cost.....	61
Tabel 4.14	Hasil Koefisien Adjusted R Square	62