

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridho-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan selama satu periode yang telah direncanakan yaitu Agustus 2013 – Februari 2014. Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Switching Barriers* Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Perdana IM3 di Kota Bandung Tahun 2013-2014” ini disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.

Dalam proses penyusunan skripsi ini sudah banyak mendapat bantuan, *support*, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Indira Rachmawati, ST., MSM selaku pembimbing skripsi yang telah banyak memberi saran dan arahan saat proses penyusunan skripsi hingga selesai sehingga dapat terselesaikannya dengan baik.
2. Maya Ariyanti, Dr., SE., MM dan Damayanti Octavia, SE., MM, dan Heppy Millanyani selaku dosen penguji yang telah memberikan pengetahuan, arahan, serta saran untuk perbaikan skripsi sini.
3. Rr. Rieka Febriyanti Hutami, SMB., MM selaku dosen wali yang selalu ada waktu untuk memberikan masukan baik dalam mengenai perkuliahan ataupun skripsi.
4. Ayah Anhar dan Ibu Badriah selaku orang tua, Haris kakak pertama, Adnan dan Lubna adik pertama dan kedua penulis yang selalu menjadi motivasi untuk melakukan usaha pantang menyerah serta memberikan banyak dukungan, doa, inspirasi, dan kasih sayang.
5. Rita Monica, orang spesial yang selalu ada untuk memberikan bantuan apapun dalam setiap pengerjaan skripsi ini.
6. Siska Shabrina selaku teman yang selalu mendengarkan masalah yang dihadapi dan memberikan saran yang membangun dalam pembuatan skripsi ini.
7. Adriza, Reza, Widi, Ermi, dan Ahmad selaku teman kontrakan yang selalu memberikan waktunya untuk saling mendukung satu sama lain baik
8. Tria, Nita, Arti, Tresna, Wenny yang memberikan pengetahuan melalui *sharing* mengenai skripsi.
9. Eka, Tcha dan Tika yaitu teman-teman dari kementerian keuangan yang selalu memberikan motivasi dan dorongan dalam pengerjaan skripsi ini..
10. kelas D 2010 yang saling memberikan dukungan satu sama lainnya.
11. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, untuk itu diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi perbaikan dan

penyempurnaan skripsi ini, serta pada kesempatan mendatang hasil yang dicapai lebih baik lagi.
Diharapkan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Bandung, 8 July 2014

Muhammad Salman Al Farisiy

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 <i>Profile</i> Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 <i>Marketing</i>	12
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i>	12
2.1.3 <i>Switching Barrier</i>	13
2.1.4 Loyalitas.....	17
2.1.5 Pengaruh <i>switching barrier</i> terhadap loyalitas.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2.1 Skripsi dan Tesis.....	19
2.2.2 Jurnal Internasional.....	21

2.2.3 Jurnal Nasional.....	22
2.3 Kerangka Teoritis.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Variabel Operasional.....	27
3.2.1 Skala Pengukuran.....	30
3.3 Tahapan Penelitian.....	31
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.4.1 Populasi.....	33
3.4.2 Sampel.....	33
3.4.3 Teknik Sampling.....	34
3.5 Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Jenis Data.....	34
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas.....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Realibilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	43
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
3.7.2 MSI.....	44
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7.4 Analisis Jalur Path.....	46
3.8 Pengujian Hipotesis.....	49
3.8.1 Pengujian Secara Simultan.....	49
3.8.2 Pengujian Secara Parsial.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Karakteristik Responden.....	51
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52

4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	54
4.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Pulsa IM3 Perbulan.	55
4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	56
4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1)....	57
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2).....	58
4.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Attractive of Alternative</i> (X_3).....	60
4.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Switching Barriers</i> (X).....	62
4.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas.....	63
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
4.3.1	Uji Normalitas.....	65
4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	66
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.3.4	Uji Autokorelasi.....	67
4.4	Pengaruh <i>Switching Barriers</i> Terhadap Loyalitas.....	68
4.4.1	Pengujian Koefisien Jalur Secara Simultan.....	68
4.4.2	Pengujian Koefisien Jalur Secara Parsial.....	69
4.5	Analisis Korelasi.....	71
4.6	Analisis Jalur Untuk Melihat Besarnya Pengaruh <i>Interpersonal Relationship</i> , <i>Perceived Swithing Cost</i> , dan <i>Attractive of Alternative</i>	73
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....		81
LAMPIRAN.....		85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Indosat.....	2
Gambar 1.2	Pangsa Pasar Telepon Seluler GSM di Indonesia Tahun 2008 & 2013.....	4
Gambar 1.3	Perbandingan ARPU Telkomsel, Xl, dan Indosat.....	8
Gambar 2.1	<i>A Typology of Consumer Perceptions of Switching Costs</i>	16
Gambar 2.2	Kerangka Teoritis.....	25
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian.....	32
Gambar 3.2	Garis Kontinum.....	44
Gambar 3.3	Diagram Jalur.....	49
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	55
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Jumlah Pengeluaran Pulsa IM3 Perbulan.....	56
Gambar 4.7	Persentase <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1) Pada Garis Kontinum.....	58
Gambar 4.8	Persentase <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2) Pada Garis Kontinum.....	60
Gambar 4.9	Persentase <i>Attractive of Alternative</i> (X_3) Pada Garis Kontinum.....	61
Gambar 4.10	Persentase <i>Switching Barriers</i> (X) Pada Garis Kontinum.....	63
Gambar 4.11	Persentase <i>Loyalitas</i> (Y) Pada Garis Kontinum.....	64
Gambar 4.12	Persentase Hasil Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.13	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66
Gambar 4.14	Diagram Jalur.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Operator Penyelenggara Telekomunikasi di Indonesia.....	3
Tabel 1.2	<i>Churn Rate</i> Indosat.....	6
Tabel 1.3	Pertumbuhan Pelanggan Seluler Indosat.....	7
Tabel 2.1	Skripsi dan Tesis.....	19
Tabel 2.2	Jurnal Internasional.....	21
Tabel 2.3	Jurnal Nasional.....	22
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	28
Tabel 3.2	Jawaban Alternatif dan Skor Nilai.....	31
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1).....	37
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2).....	39
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Attractive of Alternative</i> (X_3).....	39
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y).....	39
Tabel 3.7	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1) Setelah Menghilangkan Item Yang Tidak Valid.....	40
Tabel 3.8	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2) Setelah Menghilangkan Item Yang Tidak Valid.....	40
Tabel 3.9	Hasil Uji Validitas Sub Variabel <i>Attractive of Alternative</i> (X_3) Setelah Menghilangkan Item Yang Tidak Valid.....	41
Tabel 3.10	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y).....	41
Tabel 3.11	Hasil Uji Reliabilitas Sub Variabel <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1).....	42
Tabel 3.12	Hasil Uji Reliabilitas Sub Variabel <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2).....	42
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas Sub Variabel <i>Attractive of Alternative</i> (X_3).....	42
Tabel 3.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas (Y).....	43
Tabel 3.15	Kriteria Penilaian Berdasarkan Presentasi.....	44
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Interpersonal Relationship</i> (X_1)...	57
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Perceived Switching Cost</i> (X_2)....	58
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Attractive of Alternative</i> (X_3).....	61

Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Switching Barriers</i> (X) Secara Keseluruhan.....	62
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas (Y).....	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.7	Klasifikasi Nilai d.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4.9	Hasil Uji R.....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.11	Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.12	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	70
Tabel 4.13	Hasil Uji Korelasi.....	71
Tabel 4.14	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 4.15	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total.....	76