

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, *TRUST*, DAN
SWITCHING BARRIERS TERHADAP *CUSTOMER RETENTION*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta Pengguna
Kartu Telepon Prabayar IM3)**



Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Oleh :

ANDIKA HERMAWAN
NIM. F 0204032

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2009**

ABSTRAK

PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, *TRUST*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *CUSTOMER RETENTION*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta Pengguna Kartu Telepon Prabayar IM3)
ANDIKA HERMAWAN
F0204032

Penelitian ini menguji pengaruh kepuasan konsumen, *trust*, dan *switching barriers* terhadap *customer retention* pada *service provider* yang memungkinkan terjadi pembelian terus-menerus atau berulang. Peneliti mengajukan suatu kerangka konseptual dimana kepuasan konsumen, *trust*, dan *switching barriers* mempunyai pengaruh terhadap *customer retention*. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti mengajukan hipotesis H1: kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*, H2 : *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*, H3: kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang lebih kuat dengan *customer retention* daripada *trust*, H4: dengan adanya *trust*, kepuasan konsumen berpengaruh lebih kuat terhadap *customer retention*, H5: *switching barriers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*, H6: dengan adanya *switching barriers*, kepuasan konsumen berpengaruh lebih kuat terhadap *customer retention*.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu prabayar IM3 di kota Surakarta. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 100 mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta pengguna kartu telepon prabayar IM3. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability-convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SPSS 11.5. Hasil uji empiris terhadap 100 responden menunjukkan bahwa kepuasan konsumen, *trust*, dan *switching barriers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention*. Dalam penelitian ini ditemukan juga bahwa dari variabel independen yang diuji, *trust* merupakan variabel independen yang mempunyai pengaruh paling kuat terhadap *customer retention*. Sedangkan dengan *Hierarchical Regression Analysis* ditemukan bahwa *trust* dan *switching barriers* tidak memoderasi pengaruh kepuasan konsumen terhadap *customer retention*. Manajer dapat menggunakan temuan pada penelitian ini untuk pengambilan keputusan terkait dengan *customer retention*, yaitu dengan memfokuskan perhatian pada meningkatkan *trust* konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Langkah yang dapat diambil misalnya dengan meningkatkan kualitas pelayanan, memberikan apa yang diharapkan pelanggan, melakukan promosi dengan jujur tanpa membohongi. Sehingga konsumen merasa puas dan mereka percaya terhadap *service provider*. Sebagai tambahan, manajer dapat membuat program *switching barriers* yang bisa menghambat konsumen untuk berpindah kepada *service provider* lain.

Kata kunci: *Customer retention*, kepuasan konsumen, *trust*, *switching barriers*.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, *TRUST*, DAN
SWITCHING BARRIERS TERHADAP *CUSTOMER RETENTION*
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta Pengguna
Kartu Telepon Prabayar IM3)**

Surakarta, Juli 2009

Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing

Drs. Bambang Sarosa, M.Si.

NIP. 195503011985031002

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, Agustus 2009

Tim Penguji Skripsi:

1. Dra. Soemarjati Tj., M.M. (.....)
NIP. 195108091985032001
Sebagai Ketua

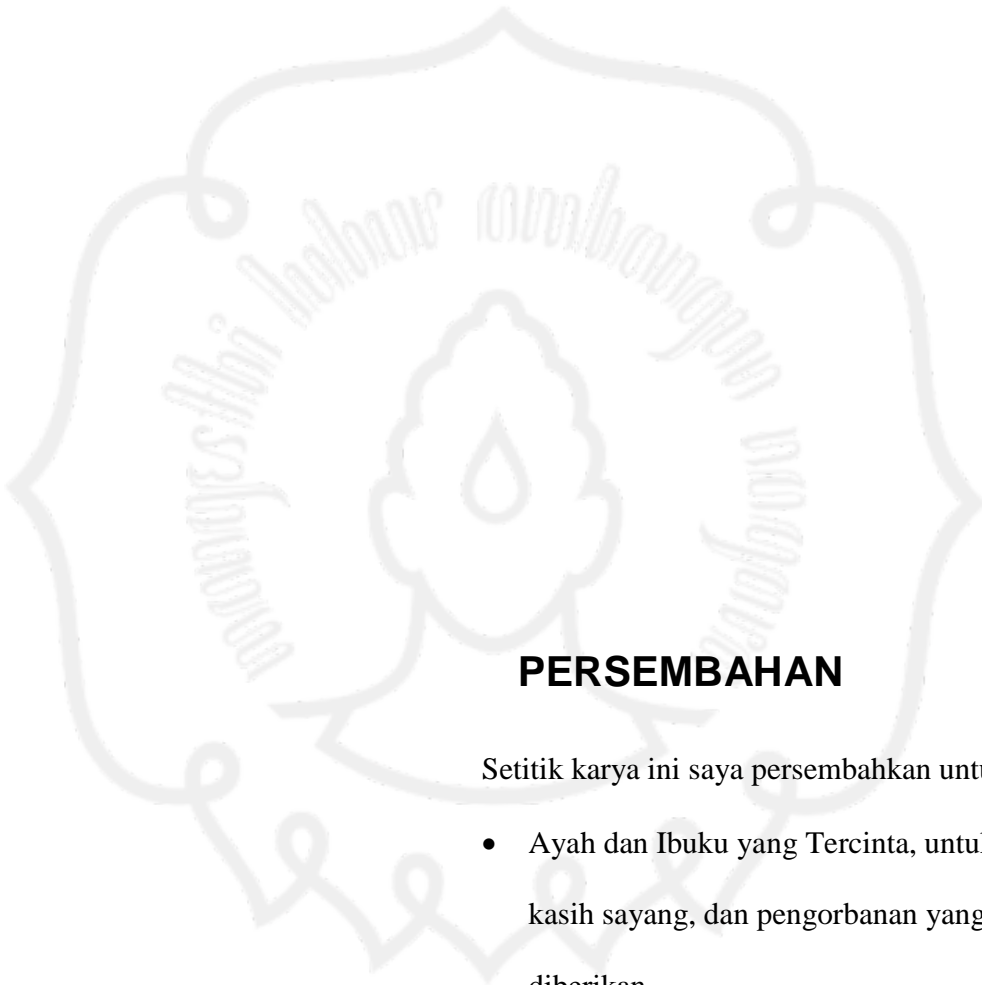
2. Drs. Bambang Sarosa, M.Si. (.....)
NIP. 195503011985031002
Sebagai Pembimbing

3. Retno Tanding S. S.E., M.E. (.....)
NIP. 197105282000032001
Sebagai Anggota

MOTTO

-Jika Kau tidak Bisa Melakukan untuk Dirimu Sendiri,
Lakukan Untuk Orang-orang yang Kau Cintai-





PERSEMBAHAN

Setitik karya ini saya persembahkan untuk:

- Ayah dan Ibu yang Tercinta, untuk doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan.
- Kakak-kakakku.
- Rahma Zahara

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, maka penulis telah dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam menyusun Skripsi ini, penulis mengambil judul **“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, TRUST, DAN SWITCHING BARRIERS TERHADAP CUSTOMER RETENTION (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta Pengguna Kartu Telepon Prabayar IM3)”**.

Adapun penulisan Skripsi ini untuk memenuhi persyaratan bagi kelulusan Program S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam menyusun Skripsi ini, penulis menyadari bahwa setiap hasil karya manusia itu tentu ada kekurangannya dan tidak dapat mencapai kesempurnaan yang sejati. Hal ini disebabkan karena kemampuan manusia yang terbatas. Sudah barang tentu penulis tidak akan mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya tanpa adanya bantuan, baik secara langsung atau tidak langsung dari semua pihak.

Dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menghaturkan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Sutopo, M.Com., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Dra. Bambang Sarosa., M.Si. atas bimbingan dan dukungan sebagai dosen pembimbing.

3. Dra. Endang Suhari, MSi. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Seluruh Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Orang tuaku dan kakak-kakakku untuk untuk doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan.
6. Rahma Zahara, untuk semangat dan cintamu.
7. Alphian, Bellynda, Wurie, Pram, dan Adib, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya pembaca yang membutuhkan informasi yang berkaitan dengan skripsi ini.

Surakarta, Juli 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Lsndasan Teori	
1. Kepuasan Konsumen.....	9
2. <i>Trust</i>	11
3. <i>Switching barriers</i>	12
4. <i>Customer retention</i>	16
B. Kerangka Pemikiran	17
C. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis	18
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	23

B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.	23
C. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	24
D. Teknik Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional Variabel	25
E. Prosedur Analisis Data	
1. Pengujian Instrumen Penelitian	28
2. Metode Analisis Data	33
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Sampel	39
B. Analisis Instrumen Penelitian	40
C. Analisis Data	45
D. Diskusi Penelitian	58
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	60
B. Implikasi Manajerial	61
B. Keterbatasan dan Saran Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel IV.3 Uji Validitas Pretest I.....	40
Tabel IV.4 Uji Validitas Pretest II.....	41
Tabel IV.5 Validitas Sampel Besar.....	42
Tabel IV.6 Hasil Uji Reliabilitas Pretest.....	44
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	44
Tabel IV.8 Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel IV.9 Uji Autokorelasi.....	47
Tabel IV.10 Ringkasan Hasil Analisis Regresi.....	48
Tabel IV.11 Ringkasan Hasil Uji t	50
Tabel IV.12 Perbandingan Nilai dan Urutan Pengaruh Variabel.....	52
Tabel IV.13 Tabel <i>Hierarchical Regression Analysis</i>	53
Tabel IV.14 Hasil Uji F.....	56
Tabel IV.15 Hasil Uji R^2	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar IV.1 Uji Heteroskedastisitas	46

