

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN KARTU  
SELULER SIMPATI (Survei Pada Grapari Harapan Indah)**

**Kristian  
8215088048**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2013**

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE AND CUSTOMER  
TRUST TOWARDS CUSTOMER LOYALTY CELLULAR  
PROVIDER SIMPATI (Survey at Grapari Harapan Indah)**

**KRISTIAN  
8215088048**



**Skripsi is written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMIC  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


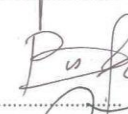


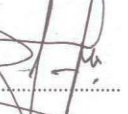
Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus

NIP: 19671207 199203 1 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Agung Wahyu Handaru, ST, MM Ketua NIP: 19781127 200604 1 001			17 Juli 2013
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si Sekretaris NIP: 19630416200604 2 001	Sekretaris		19 Juli 2013
3. Dr. Mohamad Rizan, SE,MM Penguji Ahli NIP: 197206272006041001	Penguji Ahli		19 Juli 2013
4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si Pembimbing I NIP: 197206171999031001	Pembimbing I		17 Juli 2013
5. Agung Kresnamurti RP, ST, MM Pembimbing II NIP: 197404162006041001	Pembimbing II		17 Juli 2013

Tanggal Lulus: 12 Juli 2013

## PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini merupakan Karya Asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 12 Juli 2013

Yang membuat pernyataan

  
METERAI  
TEMPEL  
KEMENTERIAN KEHUKUMATAN DAN HUKUM  
REPUBLIK INDONESIA  
384676882322  
6000  
DJP

Kristian

No. Reg 8215088048

## ABSTRAK

***Kristian, 2013; Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Seluler Simpati: Survei Pada Pengguna Kartu Seluler di Grapari Harapan Indah. Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE., Agung Kresnamurti, ST, MM.***

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara jelas tentang persepsi, kepercayaan konsumen, dan loyalitas konsumen pengguna kartu seluler Simpati di Grapari Harapan Indah. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas konsumen. Tujuan ketiga untuk menguji pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Dan tujuan keempat adalah untuk menguji pengaruh persepsi harga dan kepercayaan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen kartu seluler. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna kartu seluler Simpati di Grapari Harapan Indah. Pengambilan sampel berjumlah 207 responden dengan menggunakan metode *nonprobability sampling*. Sedangkan bagian dari *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain deskriptif serta kausal, metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode survei. Data diolah dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS 20. Hasil dari uji t menunjukkan persepsi harga terhadap loyalitas konsumen berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_1$  ke Y (0.000), dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen juga berpengaruh secara signifikan dengan nilai signifikansi  $X_2$  ke Y (0.000) keduanya tidak lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari persepsi harga dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen yaitu (0.000). Kemudian hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai loyalitas konsumen yang dijelaskan pada variabel persepsi harga dan kepercayaan konsumen sebesar 28,2%. Sedangkan sisanya yakni 71,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi harga, kepercayaan konsumen, loyalitas konsumen.

## **ABSTRACT**

***Kristian, 2013; The Influence of Perceived Price and Customer Trust Towards Customer Loyalty: Survey on Sim Card Simpati Costumer at Grapari Harapan Indah. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., Agung Kresnamurti, ST, MM.***

*This study aims to describe clearly about Perceived Price, Customer Trust and Customer Loyalty on customer at Grapari Harapan Indah. The second objective is to test the influence of perceived price on customer loyalty. The third objective is to test the influence of customer trust on customer loyalty. And the fourth objective is to test the simultaneously the influence between perceived price and customer trust to customer loyalty. Population of the research is sim card Simpati costumer on Grapari Harapan Indah. Sampling totaled 207 respondents using nonprobability sampling method. While part of nonprobability sampling used was purposive sampling. The research was carried out quantitatively, descriptive and causal research design, and use survey methods. Analysis of the research was conducted using SPSS 20 for data processing. The results of the t test shows the perceived price and customer loyalty significantly influence the significance value  $X_1$  to  $Y$  (0.000), and customer trust and customer loyalty are also significantly influence the value of significance  $X_2$  to  $Y$  (0.000) both are not greater than 0.05. The results of F test simultaneously indicates perceived price and customer trust influencing significantly to customer loyalty (0.000). And the result of determination analysis in this study shows the variations in the value of customer loyalty that is described in the variable perceived price and customer trust by 28.2%. While the remaining 71.8% are influenced or explained by other variables that are not included in this research model.*

*Keywords: Perceived Price, Customer Trust, Customer Loyalty.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir yang harus dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan dan sarannya kepada peneliti. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si. dan Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mohammad. Rizan, SE, MM. dan Ibu Dra Basrah Saidani, M.Si selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan saran dan kritik sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Bapak Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Hamidah SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
5. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.

6. Para dosen dan seluruh karyawan /staf pegawai Universitas Negeri Jakarta yang namanya tidak mungkin disebutkan satu persatu atas bantuan yang diberikan selama peneliti mengikuti studi.
7. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada ayahanda Pantun Sitompul dan Ibunda Asnawati Sigalingging selaku orang tua penulis, yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Lalu seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006, angkatan 2007 dan angkatan 2008, yang selalu menyemangati peneliti selama ini, khususnya Tino Hermawan, Aero Febi, Dimas Gamma Lukito, Teguh Kurnaen dan Anggita Irfai.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya.

Jakarta, Mei 2013

Peneliti