

**PENGARUH KUALITAS JASA DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
ISP FASTNET (SURVEI PADA PELANGGAN FASTNET DI
WILAYAH RW 11 KELURAHAN TEBET TIMUR
KECAMATAN TEBET)**

**Septyawan Hergieson
8215067732**



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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND
TRUST ON CUSTOMER LOYALTY (SURVEY ON FASTNET
CUSTOMERS AT RW 11 KELURAHAN TEBET TIMUR
KECAMATAN TEBET)***

**Septyawan Hergieson
8215067732**



Skripsi is Written as Part of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

***STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2012***

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Nurahma Hajat, M.Si

NIP. 19531002 198503 2 001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dra. Umi Mardiyati, M.Si <u>NIP. 19570221 198503 2 002</u>	Ketua		26 Jan 2012
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si <u>NIP: 19630119 199203 2 001</u>	Sekretaris		26 Jan 2012
3. Dr. Mohamad Rizan, SE,MM <u>NIP: 19720627 200604 1 001</u>	Penguji Ahli		26 Jan 2012
4. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si <u>NIP. 19720617 199903 1 001</u>	Pembimbing I		26 Jan 2012
5. Agung Kresnamurti, ST, MM <u>NIP. 19740416 200604 1 001</u>	Pembimbing II		26 Jan 2012

Tanggal Lulus: 24 Januari 2012

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara 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, Januari 2012

Yang membuat pernyataan



Septyawan Hergieson

No.Reg. 8215067732

ABSTRAK

Septyawan Hergieson, 2012; Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan ISP FastNet: Survei Pada Pelanggan FastNet di Wilayah RW 11 Kelurahan Tebet Timur Kecamatan Tebet. Pembimbing: Setyo Ferry Wibowo, SE,M.Si, Agung Kresnamurti, ST, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara jelas tentang kualitas jasa, kepercayaan merek, dan loyalitas pelanggan ISP FastNet di wilayah RW 11 Kelurahan Tebet Timur Kecamatan Tebet. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh antara kualitas jasa terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan ketiga untuk menguji pengaruh antara kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan. Dan tujuan keempat adalah untuk menguji pengaruh antara kualitas jasa dan kepercayaan merek secara simultan terhadap loyalitas pelanggan ISP FastNet. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna FastNet yang sudah berlangganan lebih dari 1 tahun. Pengambilan sampel berjumlah 106 responden dengan menggunakan metode non probabilitas dan lebih spesifik lagi menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif, desain riset konklusif, metode deskriptif serta kausal. Analisis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 19 untuk mengolah data. Hasil dari uji t menunjukkan kualitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikan 0.000, dan kepercayaan merek juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai signifikansi 0.003. Hasil dari uji F menunjukkan pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan yaitu dengan nilai signifikan 0.000. Kemudian hasil dari analisis determinasi pada penelitian ini menunjukkan besarnya variasi nilai loyalitas pelanggan yang dijelaskan pada variabel kualitas jasa dan kepercayaan merek sebesar 25,1%. Sedangkan sisanya yakni 74,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas jasa, Kepercayaan Merek, Loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Septyawan Hergieson, 2012; The Influence of Service Quality and Brand Trust on Customer Loyalty: Survey on FastNet Customers at RW 11 Kelurahan Tebet Timur Kecamatan Tebet. Advisory Team: Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si., Agung Kresnamurti, ST, MM

This study aims to describe clearly about service quality, brand trust and customer loyalty on Fastnet users at RW 11 Kelurahan Tebet Timur Kecamatan Tebet. The second objective is to test the effect of service quality on customer loyalty. The third objective is to test the effect of brand trust on customer loyalty. And the fourth objective is to test the effect between service quality and brand trust to customer loyalty. Population of the research is Fastnet users who have subscribed to more than 1 year. Sampling totaled 106 respondents using non-probability methods and more specifically using purposive sampling techniques. The research was carried out quantitatively, conclusive research design, methods of descriptive and causal. Analysis of the research was conducted using SPSS statistical application program (Statistical Package for the Social Science) version 19 for data processing. Results of t test showed significant influence service quality on customer loyalty with significant value 0.000, and brand trust also significantly influence customer loyalty with a significant value 0.003. The results of the F test showed a significant effect of service quality and brand trust on customer loyalty with significant value 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 service quality and brand trust by 25.1%. While the remaining 74.9% are influenced or explained by other variables that are not included in this research model.

Keywords: Service Quality, Brand Trust, Customer Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, 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. Berkat bimbingan dan saran dari dosen pembimbing dan pihak-pihak yang telah terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ungkapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada :

1. Bapak Setyo F Wibowo, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi selama ini. Dorongan dan semangat yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Agung Kresnamurti, ST, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar dan teliti untuk membimbing peneliti dalam penulisan skripsi selama ini. Dukungan dan arahan yang diberikan sangat membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Mohamad. 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.

4. Secara khusus peneliti juga ingin berterima kasih kepada Bapak Ugih.S dan Ibu Hermiati.S selaku orang tua penulis. Lalu Octaryanto Hergieansyah selaku adik peneliti, serta seluruh keluarga peneliti yang tidak bisa peneliti sebut satu – persatu yang telah melimpahkan begitu banyak kasih sayang, doa, dan dukungan baik moril maupun materil dari awal proses penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Dra. Hj. Nurahma Hajat, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Bapak Agung Wahyu Handaru, ST, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
7. Ibu Dra. Umi Mardiyati M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jakarta.
8. 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.
9. Kepada karyawan PT. FirstMedia terutama Mas Abdul Fino yang telah berusaha membantu peneliti mendapatkan data untuk penelitian ini karena dukungannya sehingga skripsi ini terselesaikan.
10. Sahabat-sahabat dekat peneliti, Riyandi, Zaki, Frederik, Arthur, Nova, Citra, Kaiba, Grace, Resty, Yogi, Rizki, Aldi, Ayu yang sama seperti peneliti untuk berjuang menyelesaikan skripsinya. Lalu seluruh teman-teman dari S1 Manajemen angkatan 2005, angkatan 2006 dan angkatan 2007 yang selalu menyemangati peneliti selama ini.

11. Dan terakhir kepada seluruh teman-teman, warga dan pihak keamanan RW 11 Kelurahan Tebet Timur Kecamatan Tebet yang telah memberikan izin dan membantu dalam melakukan penelitian ini.

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, Januari 2012

Peneliti