

Pengaruh kepercayaan (trust), biaya peralihan (switching cost), dan kepuasan (satisfaction) terhadap loyalitas kartu prabayar merek IM3 di Semarang

NAZILLA ABDUL AZIZ. HA

(Pembimbing : Dr. Amron, SE, MM)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201202618@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Saat ini persaingan dalam bisnis telepon seluler sangat ketat, sehingga setiap perusahaan atau operator yang mengeluarkan berbagai kartu seluler tersebut saling berlomba untuk memenangkan persaingan. Salah satu merek kartu seluler yang sudah dikenal adalah Kartu IM3. Berdasarkan data, market share Kartu IM3 mengalami penurunan dari tahun 2013 sampai 2015 yaitu dari 20,0% tahun 2013 menjadi 15,6% tahun 2014 bahkan menurun menjadi 14,0% tahun 2015. Salah satu keunggulan dalam persaingan adalah semakin meningkatnya jumlah konsumen yang menggunakan salah satu kartu yang dikeluarkan oleh perusahaan telepon seluler tersebut, dengan asumsi konsumen lama tidak beralih ke kartu seluler lain atau loyal. Loyalitas konsumen merupakan kesediaan konsumen untuk menggunakan produk perusahaan dalam jangka panjang. Biasanya loyalitas konsumen akan berlanjut hanya sepanjang konsumen merasakan bahwa ia menerima nilai yang lebih baik dibandingkan penyedia jasa lain. Banyak faktor dapat mempengaruhi loyalitas konsumen, seperti kepercayaan, biaya peralihan dan kepuasan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, biaya peralihan dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu prabayar merek IM3 di Semarang. Sampel yang dipilih 105 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 2). Biaya peralihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. 3). Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen

Kata Kunci : Kepercayaan, Biaya Peralihan, Kepuasan, Loyalitas

the effect of trust, switching cost and satisfaction on loyalty of the IM3 brand loyalty prepaid cards in Semarang

NAZILLA ABDUL AZIZ. HA

(Lecturer : Dr. Amron, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201202618@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Nowadays, competition in mobile phone business is very tight, so every company or operator produced many kinds of cellular cards are competing to win the competition. One of the brand cellular cards is IM3. Based on the data of market share that IM3 card decreases significantly to 20% in 2013 becomes 15,6% in 2014 and in 2015 with 14% respectively. One of the competitions of the cellular cards is the customers chooses one of the cards released by one of the cellular cards companies. It can be assumed that former customers do not move to other cards. Customers loyalty is the willingness of costumers to use the product in a long term. Customers loyalty will continue if they use the company product for a long time compare to other providers. There are many factors influence to the customers loyalty such as loyalty, switching cost and satisfaction. The aim of this research is to analyze the influence of loyalty, switching cost and satisfaction to customers satisfaction.

The population of this research is 105 IM3 users as the respondents of this research. In collecting the data, the researcher uses questionnaire and multiple linear regressions as the technique of data analysis to this research.

The result shows that loyalty, switching cost, customers satisfaction influence positively and significantly to customers loyalty.

Keyword : loyalty, satisfaction, switching cost