

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Skripsi, Mei 2022

Ricky Cahya Pratama

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KUALITAS LAYANAN, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA KARTU TELKOMSEL PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

ABSTRAK

Pendahuluan: Perkembangan teknologi telekomunikasi yang sangat pesat memberikan pengaruh yang sangat besar bagi perusahaan jasa telekomunikasi di Indonesia. Identifikasi masalahnya adalah Masyarakat maupun mahasiswa belum sepenuhnya percaya terhadap produk telkomsel sehingga belum semua kalangan melakukan pembelian atau memakai produk telkomsel. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna kartu telkomsel.

Metode : Jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan data primer, Obyek dalam penelitian ini adalah kepercayaan pelanggan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dilakukan di Universitas Muhammadiyah Metro. Metode pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 68 responden.

Hasil : Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator yang digunakan pada variabel kerangka pemikiran meliputi kepuasan pelanggan memiliki nilai yang dapat diterima, berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pada variabel kerangka pemikiran meliputi kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dapat disimpulkan dari thitung lebih kecil daripada ttabel dan nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Pada variabel kerangka pemikiran kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jadi Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Layanan, Loylitas Pelanggan