

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
PENGGUNA *SMARTPHONE***
(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna *Smartphone* di Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

RYCHY PUTRA ANDI Y.

B 100 070 164

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2011**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA
SMARTPHONE (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna *Smartphone* di
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang ditulis oleh

**RYCHY PUTRA ANDI Y.
B 100 070 164**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima:

Surakarta, Juli 2011

Mengetahui

Pembimbing

(Drs. Widoyono, MM)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **RICHY PUTRA ANDI .Y.**
NIRM : **B 100 070 164**
Jurusan : **EKONOMI**
Judul Skripsi : **PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP
LOYALITAS PENGGUNA *SMARTPHONE*
(Studi Pada Konsumen Pengguna *Smartphone* di
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah
Surakarta).**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta,..... **Juli 2011**.....

Yang membuat pernyataan,

RICHY PUTRA ANDI .Y.

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada kemenangan dan keberhasilan tanpa ada pengorbanan dan ketekunan, dan tak ada pengorbanan dan ketekunan yang berhasil tanpa ada keyakinan”

(Bukhori Muslim)

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini kepada :

- ❖ Bapak dan Ibu
- ❖ Keluarga Besar
- ❖ Almamater

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan memanjatkan puji syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sutrakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga selesainya skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya serta tulus ikhlas penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Widoyono, MM, selaku Pembimbing yang selalu meluangkan waktunya, memberikan saran, serta nasehat-nasehatnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Nur Achmad, SE, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama menuntut perkuliahan.

4. Dosen-dosen pengajar dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu kelancaran dan kemudahan penulis selama menuntut ilmu.
5. Kedua orangtua (H. Noto Raharjo & Hj. Sri Giyanti), terima kasih atas doa, nasihat, perhatian, semangat serta kasih sayang yang diberikan tanpa lelah dan batas waktu.
6. Keluarga besar (Drs. Tri Hery Suprpto), yang selalu memberi dorongan dan semangat.
7. Saudara-saudaraku (Sulis, Aris, Annisa), yang telah memberi dukungannya.
8. Keluarga besar “Pitik Kobong’s”, Tamansari, Delanggu.
9. Silvilia Intan Permadhani, A.Md., Keb., yang telah memberikan motivasi dan dukungan.
10. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu segala bentuk masukan dan kritikan sangat berharga bagi penulis. Dan pada akhirnya semoga Skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb

Surakarta, Juli 2011

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
HALAMAN ABSTRAKSI	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Perumusan Masalah.....	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Pemasaran	9
1. Pengertian Pemasaran	9
2. Konsep Pemasaran	11
3. Pemasaran Produk.....	13

4. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	15
B. <i>Service Quality</i>	17
1. Pengertian <i>Service Quality</i>	17
2. Faktor-faktor <i>Service Quality</i>	24
3. Indikator <i>Service Quality</i>	25
C. Loyalitas Konsumen.....	26
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	26
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	29
D. Penelitian Terdahulu	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran	35
B. Hipotesis	36
C. Data dan Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
E. Instrumen Penelitian	37
F. Populasi dan Sampel	38
G. Variabel-variabel Penelitian	39
1. Variabel Dependen	39
2. Variabel Independen	39
H. Definisi Operasional Variabel	40
I. Metode Analisis Data	41
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	41
2. Uji Asumsi Klasik	42

3. Uji Regresi Berganda	44
4. Uji T.....	45
5. Uji F.....	45
6. Koefisien Determinasi	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	
A. Gambaran Obyek Penelitian	47
B. Identitas Responden	48
1. Berdasarkan Umur	49
2. Berdasarkan Tingkat Semester	49
3. Uang saku	50
C. Analisis Data dan Pembahasan	51
1. Uji Instrumen Penelitian	51
2. Uji Asumsi Klasik	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	78

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Semester.....	50
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Uang Saku yang Diterima.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Loyalitas Produk <i>Smartphone</i>	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil-hasil Olah Data	60

ABSTRAKSI

Richy Putra Andi .Y., 2011. PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA *SMARTPHONE* (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna *Smartphone* di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta). Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Loyalitas yang terjadi pada pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang. Ada lima indikator pada *service quality*, yaitu jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan bukti langsung (*tangibles*) yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui besarnya pengaruh *service quality* yaitu jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), dan bukti langsung (*tangibles*) terhadap loyalitas pengguna *smartphone* di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. (2) Untuk mengetahui faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap loyalitas pengguna *smartphone* di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah sekelompok mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang berjumlah kurang lebih 100 sampai 150 responden dengan karakteristiknya, yaitu mahasiswa fakultas ekonomi pengguna *smartphone*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *incidental (incidental sample)*.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: (1) Indikator jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk *smartphone*. (2) Indikator empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk *smartphone*. (3) Indikator keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk *smartphone*. (4) Indikator daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk *smartphone*. (5) Indikator bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap produk *smartphone*. (6) Dari hasil uji F kelima variabel yaitu jaminan, empati, keandalan, daya tanggap, dan bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas produk *smartphone*. (7) Hasil uji koefisien determinan bahwa jaminan, empati, keandalan, daya tanggap, dan bukti langsung secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas produk *smartphone* sebesar 62,8%. Sedangkan sisanya 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. (8) Berdasarkan penelitian, hipotesis yang menduga bukti langsung (*tangibles*) yang dominan terhadap loyalitas pengguna *smartphone* di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, tidak terbukti, sedangkan faktor yang paling dominan pengaruhnya adalah faktor keandalan.

Kata kunci: *Service Quality* , Loyalitas Pengguna *Smartphone*