

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN  
ATAS KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA WARTEL MANDIRI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

K1  
13 93  
Jud  
a



MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH

**AGNES VONNY INDRAWATI**

No. Pokok : 049615353

KEPADA

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA**

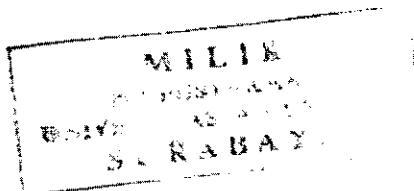
**2001**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN  
ATAS KUALITAS JASA TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA WARTEL MANDIRI DI SURABAYA

DIAJUKAN OLEH :  
AGNES VONNY INDRAWATI

No. Pokok : 049615353



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

Dra. EC. SRI WAHYUNI ASTUTI, MS

TANGGAL 30-7-2001

KETUA PROGRAM STUDI,

Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL 30-07-01

Surabaya ..... *5 Juni* ..... 2001

Bimbingan Selesai dan Siap Untuk Diuji

Dosen Pembimbing,



( Dra. EC. SRI WAHYUNI ASTUTI, MS )



## ABSTRAKSI

Hampir seluruh perusahaan sekarang ini telah menjadikan konsumen sebagai fokus usaha mereka. Dengan demikian orientasi kepuasan konsumen tidak lagi dapat diandalkan sebagai keunggulan bersaing perusahaan karena perusahaan yang lainpun melakukan hal yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus lebih mempertegas fokusnya, yakni tidak hanya berusaha mencapai kepuasan konsumen, tapi lebih pada pencapaian loyalitas konsumen dan hal inilah yang menjadi keunggulan bersaing baru bagi perusahaan.

Perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa semakin berkembang dengan pesat dan mereka sadar bahwa masa depan bisnis mereka sangat bergantung pada konsumen. Perkembangan dan peranan sektor jasa yang semakin besar terutama didorong oleh kemajuan pesat teknologi komunikasi dan informasi. Contoh yang berkembang sekarang ini adalah WARTEL. Wartel merupakan salah satu produk jasa yang sudah berkembang dan sebagai solusi alternatif bagi konsumen dalam hal pelayanan dan fasilitas komunikasi.

Persaingan antar pengusaha Wartel juga semakin meningkat baik dalam menyediakan fasilitas pokok maupun fasilitas penunjang yang diperlukan untuk kenyamanan konsumen jasa Wartel. Karena kebutuhan akan informasi dan komunikasi semakin dibutuhkan pada jaman ini.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Wartel Mandiri di Surabaya untuk mengetahui apakah kepuasan pelanggan atas kualitas jasa Wartel Mandiri, yaitu : **tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy** dapat mempengaruhi kesetiaan pelanggan ( pengguna ) jasa Wartel Mandiri di Surabaya. Dan apakah kepuasan terhadap kualitas jasa tersebut secara bersama-sama mempengaruhi kesetiaan konsumen Wartel Mandiri. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa hasil analisis Uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung ( 20,726 ) > F tabel ( 2,43 ) pada taraf signifikansi 5% dengan demikian berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dengan kesimpulan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang bermakna terhadap kesetiaan pelanggan ( pengguna ) jasa Wartel Mandiri. Dari perhitungan juga diketahui nilai multiple R adalah 0,838 yang menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan konsumen terhadap lima dimensi kualitas jasa secara bersama-sama mempengaruhi kesetiaan pelanggan ( pengguna ) jasa Wartel Mandiri adalah sebesar 83,8 %. Sedangkan nilai R Square (  $R^2$  ) adalah 0,702, yang artinya bahwa derajat hubungan yang sebenarnya antara variabel-variabel bebas dengan variabel tergantung yaitu 70,2 %. Dari kelima dimensi kualitas jasa yang diteliti, ternyata kepuasan terhadap dimensi *assurance* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kesetiaan pelanggan adalah sebesar 4,703. Sedangkan kepuasan terhadap dimensi *tangibles* merupakan variabel yang mempunyai pengaruh paling kecil yaitu sebesar 2,317.