

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
CUSTOMER VALUE PADA SS MUSIC STUDIO DI SURABAYA**

SKRIPSI

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

ff

B 151 /02

Ind

a



SIKUR
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

DIAJUKAN OLEH
ESTI INDRIASTUTI
No. Pokok : 049836236

KEPADA
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**
2002

Surabaya, Juli 2002

BIMBINGAN SKRIPSI SELESAI DAN SIAP DIUJI

Dosen Pembimbing


(DRS. Y. LILIK RUDIANTO, MBA)

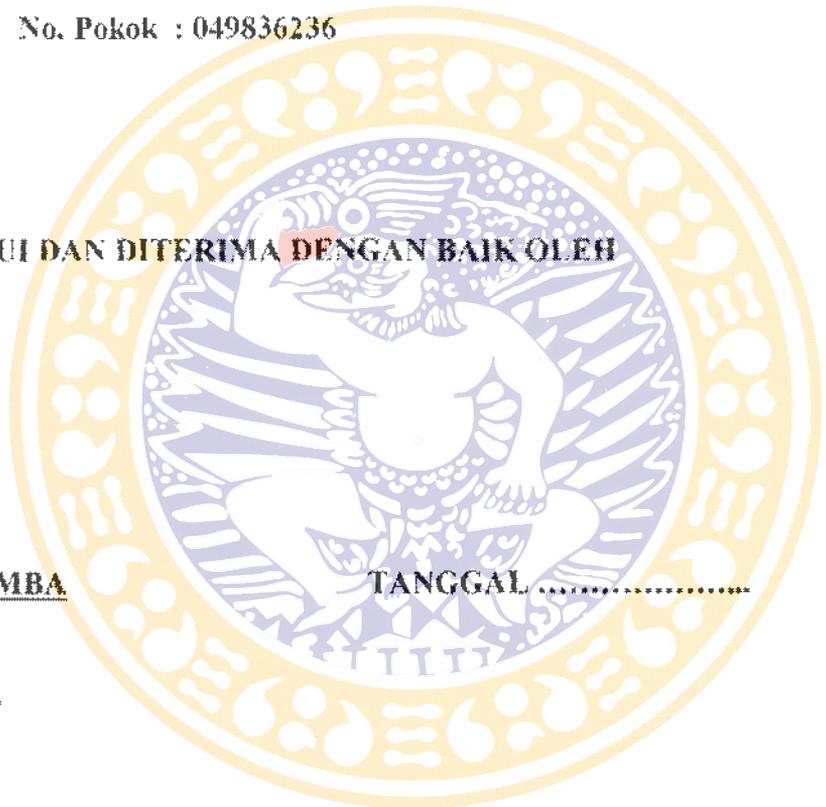


SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CUSTOMER VALUE*
PADA SS MUSIC STUDIO DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :
ESTI INDRIASTUTI
No. Pokok : 049836236

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH



DOSEN PEMBIMBING,

Drs. Y. LILIK RUDIANTO, MBA

TANGGAL

KETUA PROGRAM STUDI,

DR. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL

ABSTRAKSI

Dengan semakin beragamnya produk atau jasa yang ditawarkan pada pasar saat ini, membuat konsumen memilih produk atau jasa yang dapat memberikan nilai yang tinggi bagi mereka. Para pelanggan mengharapkan *customer value* yang tinggi dari perusahaan, di mana tinggi rendahnya *customer value* didasarkan pada manfaat-manfaat yang diterima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk atau jasa tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *customer value* bagi pelanggan, dalam hal ini adalah pelanggan jasa sewa studio pada SS Music Studio Surabaya. Menurut Treacy dan Wiersema (1995 : 25) terdapat tujuh faktor yang dapat mempengaruhi *customer value*, yaitu harga, kualitas dan keistimewaan jasa yang ditawarkan, kehandalan dan kepraktisan pelayanan, nasehat ahli/rekomendasi dan pelayanan pendukung. Diharapkan dengan memberikan *customer value* yang tinggi, konsumen akan kembali menggunakan jasa yang ditawarkan atau bahkan dapat meningkatkan loyalitas mereka dalam jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan SS Music Studio yang pernah menggunakan jasa sewa studio minimal dua kali. Metode pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dan responden dipilih secara *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F diperoleh nilai F_{hitung} adalah sebesar 31,290 sedangkan nilai F_{tabel} 2,127. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel bebas yang diteliti (harga, kualitas dan keistimewaan jasa yang ditawarkan, kehandalan dan kepraktisan pelayanan, nasehat ahli/rekomendasi dan pelayanan pendukung) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer value* bagi pelanggan SS Music Studio secara bersama. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel $X_1(2,535)$, $X_2(3,868)$, $X_3(5,141)$, $X_4(2,527)$, $X_5(1,933)$, $X_6(2,527)$ dan $X_7(4,630)$ sedangkan nilai t_{tabel} 1,6616. Karena nilai t_{hitung} semua variabel bebas lebih besar daripada nilai t_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang diteliti mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *customer value* bagi pelanggan jasa sewa studio pada SS Music Studio Surabaya secara individu. Dan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap *customer value* bagi pelanggan adalah keistimewaan jasa yang ditawarkan, karena memiliki nilai t_{hitung} yang paling besar. Dengan adanya pengujian-pengujian ini, maka kedua hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini telah terbukti.