

RINGKASAN

Gery Gantara, 2013 **Analisis Kualitas Layanan dan *Perceived Value* serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai *Intervening***, (Studi Empiris pada Mahasiswa Pengguna Kartu Seluler IM3 Universitas Brawijaya, Malang), Dr. Srikandi Kumadji, MS., Drs. Edy Yulianto, MP. 145 Hal + xi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan menjabarkan seberapa signifikan pengaruh kualitas layanan dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi melalui kepuasan pelanggan pada pengguna kartu seluler IM3 mahasiswa Universitas Brawijaya Malang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*eksplanatory research*). Sampel sebanyak 100 orang pelanggan kartu seluler IM3 pada mahasiswa Universitas Brawijaya, Malang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, dan metode pengumpulan data kuesioner. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, analisis jalur (*path analysis*).

Hasil teknik analisis jalur (*path analysis*), dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel *Perceived Value* (X_2), dengan nilai R square 0,328 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($P < 0,05$). Variabel Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,385 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($P < 0,05$). Variabel *Perceived Value* (X_2) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,349 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($P < 0,05$). Variabel Kualitas Layanan (X_1) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z), dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,504 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($P < 0,05$). Variabel *Perceived Value* (X_2) berpengaruh langsung secara tidak signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z), dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,068 dengan tingkat signifikansi 0,479 ($P > 0,05$). Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) berpengaruh langsung secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Z), dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* 0,207 dengan tingkat signifikansi 0,035 ($P < 0,05$).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, *perceived value* dan kepuasan saling mempengaruhi secara signifikan, sedangkan *perceived value* terhadap loyalitas berpengaruh secara tidak signifikan, sedangkan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara signifikan.

SUMMARY

Gery Gantara, 2013 Analysis Effect of Service Quality and Perceived Value on Customer Satisfaction and Customer Loyalty (Empirical Study on Students Mobile User Card IM3 University of Brawijaya, Malang), Dr. Srikandi Kumadji, MS., Drs. Edy Yulianto, MP. Page 145 + xi.

This study to investigate the effect and describe how significant influence of service quality and perceived value on customer satisfaction and customer loyalty IM3 cellular card.

Type of research is explanatory research. Sample of 100 customer, IM3 cellular card at University Brawijaya students, Malang. The sampling technique used is probability sampling, questionnaires and data collection methods. Data analysis using descriptive analysis and path analysis.

The results of path analysis technique, it can be seen that quality of service variable (X_1) significant direct effect on the perceived value variable (X_2), the R-square value of 0.328 with a significance level of 0.000 ($P < 0.05$). Quality of service variable (X_1) significant direct effect on customer satisfaction variable (Y), with a value of 0.385 Standardized Beta Coefficients with a significance level of 0.000 ($P < 0.05$). Perceived value variable (X_2) significant direct effect on customer satisfaction variable (Y), with a value of 0.349 Standardized Beta Coefficients with a significance level of 0.000 ($P < 0.05$). Quality of service variable (X_1) significant direct effect on customer loyalty variable (Z), with a value of 0.504 Standardized Beta Coefficients with a significance level of 0.000 ($P < 0.05$). Perceived value variable (X_2) are not significant direct effect on customer loyalty variable (Z), with a value of 0.068 Standardized Beta Coefficients with a significance level of 0.479 ($P > 0.05$). Customer satisfaction variable (Y) significant direct effect on customer loyalty variable (Z), with a value of 0.207 Standardized Beta Coefficients with a significance level of 0.035 ($P < 0.05$).

It can be concluded that the quality of service, perceived value and satisfaction affect each other significantly, while perceived value of loyalty effect is not significant, while the customer satisfaction on customer loyalty significantly.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.”

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sumartono, M.S. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
2. Ibu Dr. Srikandi Kumadji M.S. Selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
3. Ibu Devi Farah Azizah, S.Sos M.AB. Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
4. Ibu Dr. Srikandi Kumadji M.S dan Bapak Drs. Edy Yulianto, M.P. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bantuan dan dengan sabar memberi bimbingan, nasehat, serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Karyawan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
6. Nenek Srimulat yang telah membesarkan, memberi do'a, semangat, dukungan serta kasih sayang. Serta bibi dan kedua adikkku tersayang yang telah mendo'akan dan memberi *support*.
7. Semua teman-teman FIA BISNIS ANGKATAN 2009 yang telah menjadi relasi dan partnet yang sangat menginspirasi selama menginjakkan kaki di Fakultas Abu-Abu ini.

8. Organisasi KAMMI, BEM FIA 2010, LPM DIANNS, HIMABIS, FORKIM, Lembaga Pendidikan Insani Angkatan II dan Dewan Perwakilan Mahasiswa FIA 2012 yang telah memberi kawah candra dimuka pendidikan kepemimpinan yang tidak didapatkan melalui teori semata.

9. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 12 Februari 2013

Penulis

