

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASA
DAN HAMBATAN BERALIH TERHADAP RETENSI
PELANGGAN PADA PENGGUNA SAMSUNG
ANDROID DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Jurusan Manajemen**



Oleh :

YASIR

2007210256

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2014

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASA
DAN HAMBATAN BERALIH TERHADAP RETENSI
PELANGGAN PADA PENGGUNA SAMSUNG
ANDROID DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

YASIR
2007210256

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 26 Februari 2014

(Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.)

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, NILAI YANG DIRASA
DAN HAMBATAN BERALIH TERHADAP RETENSI
PELANGGAN PADA PENGGUNA SAMSUNG
ANDROID DI SURABAYA**

Disusun oleh:

YASIR
2007210256

**Dipertahankan di depan Tim Pengaji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi
pada tanggal 15 maret 2014**

Tim Pengaji

Ketua : Drs. Irawan, M.M.

Sekretaris : Dr. Basuki Rachmat, S.E., M.M.

Anggota : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yasir
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 27 September 1989
N.I.M : 2007210256
Jurusan : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Nilai Yang Dirasa Dan Hambatan Beralih Terhadap Retensi Pelanggan Pada Pengguna Samsung Android Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Tanggal:



(Mellyza Silvy S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing,

Tanggal:



(Dr. Basuki Rackmat, S.E., M.M.)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Good things not come to those who wait, but good things come to those who work their asses off and never give up.”

Pertama saya panjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Dengan Melalui Goresan tinta ini adalah wujud dari keagungan dan kasih sayang yang diberikan Allah SWT kepada umatnya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang sangat berarti dan telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya... Thanks to...

- ❖ Kedua Orangtua saya serta seluruh keluarga besar “Badjuber”, saya ucapkan terima kasih untuk kesabaran dan doa yang tak akan pernah putus, serta kasih sayang yang tak mungkin tergantikan oleh siapapun.
- ❖ Basuki Rahmat, selaku dosen pembimbing saya. Terima kasih atas kesabaran dan bimbingannya, serta semangat, dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
- ❖ Para dosen S1 Manajemen. Terima kasih atas ilmu dan bimbingannya selama proses perkuliahan, semoga menjadi ilmu yang bermanfaat bagi saya dan orang lain. Aamiin....
- ❖ Keluarga besar UKM PFC. Tetep semangat rekk.. Terimakasih atas dukungan dan doa kalian semua. Banyak sekali pengalaman berharga yang saya dapatkan, For Timnas PFC never give up #Gladiator. Sukses untuk kita semua. Aamiin....
- ❖ Keluarga CKM resto & friends. terima kasih kalian semua telah menjadi teman dan sahabat yang baik buat kami, Grazie ckm and Dady..
- ❖ Dulur-dulur skripsi STIE Perbanas 13-14. bunga, didien, sepat, tuwek, zaldy, yuyuki, papa Al, yusmar, dio, dan yahudi. Sukses buat kalian semua “Pleaseee” ..

- ❖ Hunghing company. Ojo lali skripsi nya ndang di garap wes injury time rek.. agepta, dudung, papa doncil, congok etto, mamy maya, paolo dowo angasta, dan milandra. Thanks rek..
- ❖ #507 #SLY #MOUSE #BSP352 #JCI #BOCAH “Finno Alla Fine”
- ❖ “Semolowaru Lawyers Club “. vino tony aji, novan cepot, achrizal januzaj, sony suarez, hermas agepta, captain danang, richardz adien, muhib hajard, tuwek, sepat, papa Al.. Ojo lali rek ngopi and ngulone rek jam 6 jam e sigitttt...
- ❖ Serta semua pihak yang telah memberikan dukungan secara moril maupun doa yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Sukses selalu untuk kita semua. Aamiin...

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menolong hamba-Nya menyelesaikan skripsi ini dengan judul :"**Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Nilai yang Dirasa dan hambatan beralih terhadap Retensi Pelanggan pada pengguna di Surabaya**".

Tanpa pertolongan Dia mungkin penyusun tidak akan sanggup menyelesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun guna memenuhi satu syarat penyelesaian program pendidikan Strata satu (S1) Jurusan Manajemen, dengan Konsentrasi Pemasaran di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan, tetapi semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat ilmu bagi pembaca, khusunya bagi mahasiswa jurusan manajemen konsentrasi pemasaran dalam memahami konsep tentang pengalaman, citra merek, pengetahuan merek, dan niat beli konsumen.

Tidak lupa pada penulisan skripsi ini, penulis juga menyampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang mendukung dan membantu penulis selama menjalami perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini :

1. Ibu Prof. Dr. Dra. HJ. Tatik Suryani Psi. MM. selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
2. Ibu Mellyza Silvi, SE. MSi. selaku ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Basuki Rachmat SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing / Pendamping yang senantiasa sabar memberikan pengarahan kepada penulis sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Dra.Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si. selaku Dosen Wali yang telah memberikan banyak dukungan, saran, doa, dan bimbingan yang

sangat berarti terutama pada masa-masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.

5. Seluruh Staf dan Karyawan di STIE Perbanas Surabaya
6. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penyelesaian karya ilmiah ini.

Disadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih membutuhkan penyempurnaan oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak yang berguna untuk perbaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.1.1 Seiedeh Nasrin Danesh, Saeid Ahmadi Nasab, and Kwek Choon Ling (2012).....	10
2.1.2 Muhammad Zaman Sarwar, Kashif Shafique Abbasi, and Saleem Pervaiz (2012).....	13
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Retensi Pelanggan	16
2.2.2 Kepercayaan Pelanggan.....	20
2.2.3 Hambatan beralih	22
2.2.4 Nilai Yang Dirasa	23
2.3 Pengaruh Antar Variabel	25
2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap retensi pelanggan.....	25
2.3.2 Pengaruh hambatan beralih terhadap retensi pelanggan ...	26
2.3.3 Pengaruh nilai yang dirasa terhadap retensi pelanggan	27
2.4 Kerangka Pemikiran	28
2.5 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Rancangan Penelitian.....	30
3.2 Batasan Penelitian.....	31
3.3 Identifikasi Variabel	31
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32

3.4.1 Definisi Operasional	32
3.4.2 Pengukuran Variabel	34
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.5.1 Populasi.....	35
3.5.2 Sampel.....	36
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data	38
3.7.1 Jenis dan Sumber Data	38
3.7.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.8 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	39
3.8.1 Uji Validitas	39
3.8.2 Uji Realibilitas.....	40
3.9 Teknik Analisis Data	41
3.9.1 Analisis Deskriptif.....	41
3.9.2 Teknik Analisis Statistik	41
3.9.3 Melakukan Uji F (uji simultan)	42
3.9.4 Melakukan Uji t (Uji Parsial)	44

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENILITIAN DAN ANALISIS DATA

4.1 Gambaran subjek penelitian.....	46
4.1.1 Karakter Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Analisis Deskriptif	50
4.2.2 Uji Validitas	55
4.2.3 Uji Reliabilitas	59
4.2.4 Regresi Linier Berganda	61
4.3 Pengujian Hipotesis	64
4.3.1 Analisis Statistik Uji t	64
4.4 Pembahasan	66
4.4.1 Pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan pada pengguna Samsung di Surabaya	67
4.4.2 Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap retensi pelanggan pada pengguna Samsung di surabaya.....	68
4.4.3 Pengaruh_hambatan beralih terhadap retensi pelanggan pada pengguna Samsung di surabaya	69

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	71
5.2 Keterbatasan peneliti	73
5.3 Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 kelebihan dan kekurangan Samsung Android	3
Tabel 1.2 Data Penurunan operating system Samsung Android.....	5
Tabel 2.1 Persamaan dan PerbedaanPeneliti Terdahulu dengan PenelitianSekarang	15
Tabel 3.1 Interval Kelas	35
Tabel 3.2 Kisi – kisi Kuisioner.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan penggunaan samsung.....	49
Tabel 4.6 interval kelas.....	51
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap kepercayaan.....	51
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap nilai yang dirasa.....	52
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap hambatan beralih	53
Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap retensi pelanggan	54
Tabel 4.11 Hasil pengujian validitas sampel kecil pada variabel kepercayaan	56
Tabel 4.12 Hasil pengujian validitas sampel besar pada variabel kepercayaan	56
Tabel 4.13 Hasil pengujian validitas sampel kecil variabel nilai yang dirasa	57
Tabel 4.14 Hasil pengujian validitas sampel besar pada nilai yang dirasa	57
Tabel 4.15 Hasil pengujian validitas sampel kecil pada variabel hambatan beralih.....	58

Tabel 4.16 Hasil pengujian validitas sampel besar pada variabel hambatan	
Beralih	58
Tabel 4.17 Hasil pengujian validitas sampel kecil pada retensi pelanggan ...	59
Tabel 4.18 Hasil pengujian validitas sampel besar pada variabel retensi	
Pelanggan	59
Tabel 4.19 Hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian dengan	
Sampel kecil	61
Tabel 4.20 Hasil pengujian reliabilitas pada variabel penelitian dengan	
Sampel besar	61
Tabel 4.21 Hasil perhitungan persamaan regresi	62
Tabel 4.22 Ringkasan hasil uji dan koefisien determinasi parsial.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka penelitian terdahulu	11
Gambar 2.2 Kerangka penelitian terdahulu	12
Gambar 2.3 Kerangka penelitian terdahulu	14
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Penolakan dan Penerimaan H_0 Uji F.....	43
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Untuk kepercayaan pelanggan	44
Gambar 3.3 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Untuk kepuasan pelanggan	45
Gambar 3.4 Daerah Penerimaan Dan Penolakan H_0 Untuk hambatan pindah.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Contoh kuesioner

Lampiran 2 : Hasil kuesioner

Lampiran 3 : Karakteristik pengguna

Lampiran 4 : Analisa Deskriptif

Lampiran 5 : Realibilitas Besar

Lampiran 6 : Hasil Uji-t

***The Influence of costumer trust, perceived value and switching Barriers on
costumer retention in the costumer of Samsung Android Surabaya***

ABSTRACT

Influence of costumer trust, perceived value and switching Barriers on costumer retention in the costumer of Samsung Android Surabaya. Research show that costumer trust is the culcumination product purpose. The purpose of this research were the influence of the costumer trust, perceived value & switching Barries. The design of this study using convenience sampling. The data was collected using questionnaire. The method analysis used is double linier regretion using the program SPSS 16. The result of this research are costumer trust is the only variable who don't have significantly three variable have significantly effect for costumer retention.

***Keyword : Costumer Trust, Perceived Value, Switching Barries,
Costumer Retention.***