



**PEMODELAN *BACKWARD LOGISTIC REGRESSION* UNTUK
MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN INTERNET *SPEEDY* DI
JEMBER**

(Studi Kasus Pada PT. TELKOM Kandatel Jember)

SKRIPSI

Oleh :

PUSPITA TRI OKTAVIANDANI

080810291118

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**PEMODELAN *BACKWARD LOGISTIC REGRESSION* UNTUK
MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN INTERNET *SPEEDY* DI
JEMBER**

(Studi Kasus Pada PT. TELKOM Kandatel Jember)

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan studi Jurusan Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

PUSPITA TRI OKTAVIANDANI

080810291118

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

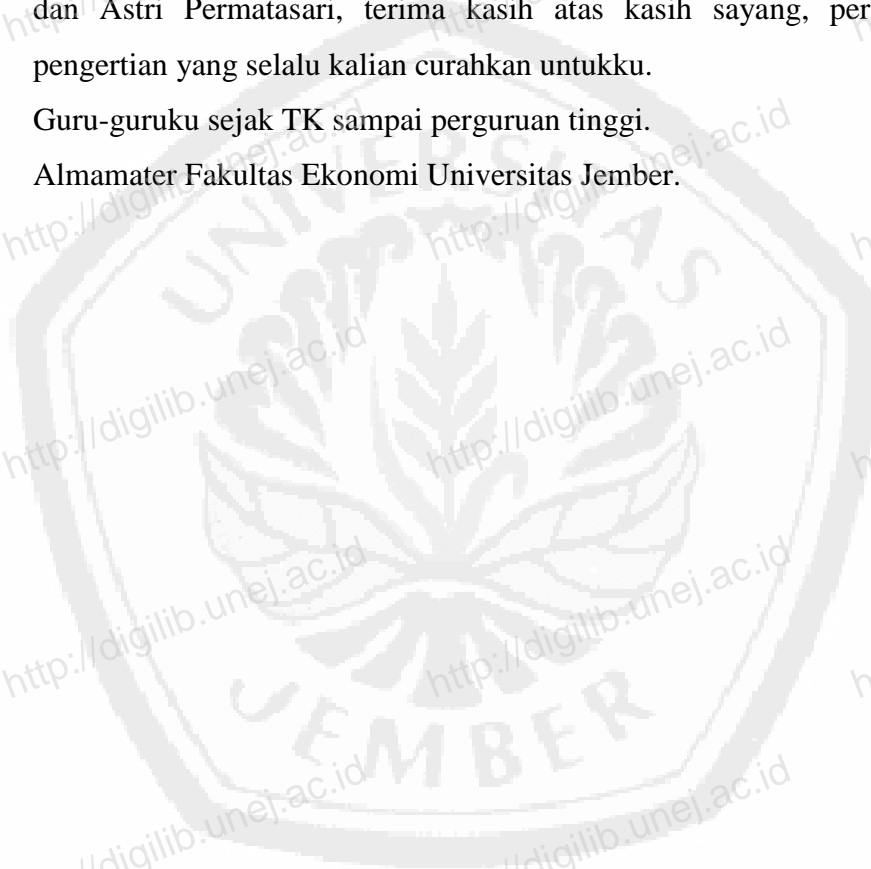
UNIVERSITAS JEMBER

2012

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- 1) Ayahku Wardoyo dan Ibuku Aminatun yang telah mengukir hidup Ananda di dunia ini dengan kasih sayang, cucuran keringat dan air mata selalu mendoakan dan membimbing dalam setiap detik perjalanan hidup Ananda.
- 2) Kakak-kakak yang aku sayangi, Herfin Rinasari, Dendy Yohan Prasetya, dan Astri Permatasari, terima kasih atas kasih sayang, perhatian dan pengertian yang selalu kalian curahkan untukku.
- 3) Guru-guruku sejak TK sampai perguruan tinggi.
- 4) Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

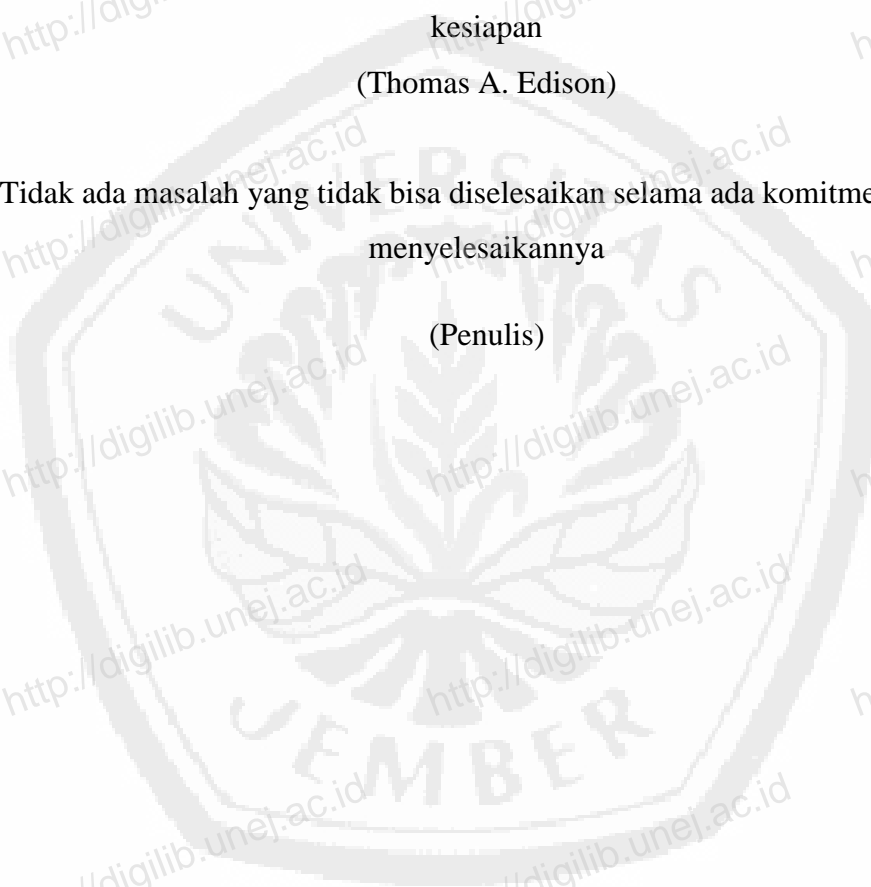


MOTO

**Kebanggaan terbesar kita bukanlah tidak pernah gagal , tetapi bangkit kembali
setiap kali kita jatuh
(Confusius)**

**Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan
kesiapan
(Thomas A. Edison)**

**Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen untuk
menyelesaikannya
(Penulis)**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RI
UNIVERSITAS JEMBER—FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Puspita Tri Oktaviandani

NIM : 080810291118

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ” *Pemodelan Backward Logistic Regression Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Di Jember (Studi Kasus Pada PT. Telkom Kandatel Jember)*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan san kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, Juni 2012

Yang menyatakan,



Puspita Tri Oktaviandani

NIM: 080810291118

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : *Pemodelan Backward Logistic Regression Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Di Jember (Studi Kasus Pada PT. Telkom Kandatel Jember)*

Nama Mahasiswa : Puspita Tri Oktaviandani

NIM : 080810291118

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui Tanggal : 5 Juni 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1 001

Dr. Handriyono, SE, M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pemodelan *Backward Logistic Regression* Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Internet *Speedy* di Jember (Studi Kasus Pada PT. TELKOM kandatel jember)” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Selasa, 19 Juni 2012

tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Drs. Sriono, MM

NIP. 19561031 198603 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D

NIP. 19660408 199103 1 001

Dr. Handriyono, SE, M. Si

NIP. 19620802 199002 1 001

Mengesahkan

Dekan

Prof. Dr. H.Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

Pemodelan Backward Logistic Regression Untuk mengukur Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Di Jember (Studi Kasus Pada PT. Telkom Kandatel Jember).

Puspita Tri Oktaviandani

Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAK

Pertumbuhan akses internet saat ini sangat pesat. Diawali dengan masuknya internet sekitar tahun 1994, saat ini pemakai internet di Indonesia sudah mencapai 25 juta sampai tahun 2007. *Speedy* adalah layanan produk dari TELKOM berupa layanan akses internet berkualitas tinggi bagi rumah tangga serta bisnis skala kecil dan menengah. Penelitian ini berjudul “Pemodelan Backward Logistic Regression Untuk mengukur Loyalitas Pelanggan Internet Speedy Di Jember (Studi Kasus Pada PT. Telkom Kandatel Jember)” dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor internal (usia, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, tingkat pendidikan) dan faktor eksternal (status sosial, keluarga, kelompok referensi, kualitas, merek serta pelayanan dan jaminan) terhadap pembelian ulang untuk mengukur loyalitas pelanggan internet *Speedy* di Jember. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan internet *Speedy* di Jember. Penelitian ini menggunakan non-probabilitas kategori sampling, yaitu metode purposive sampling dengan 100 responden. Menggunakan analisis regresi logistik *stepwise backward* untuk mengukur loyalitas. Hasil analisis menunjukkan kombinasi variabel yang mempengaruhi pembelian ulang dalam mengukur loyalitas konsumen *Speedy*, yakni tingkat pendidikan, keluarga, serta pelayanan dan jaminan pada tahap terakhir. Dengan banyaknya produk yang ditawarkan oleh pesaing, PT. TELKOM berusaha menumbuhkan dan meningkatkan loyalitas pelanggannya, yakni dengan mengukur pembelian ulang akan produk layanan internet *Speedy* agar dapat memperoleh laba semaksimal mungkin sehingga dapat menghadapi persaingan dengan pesaingnya. Untuk menghadapi persaingan tersebut, PT. TELKOM harus terus meningkatkan kualitas dan kepuasan bagi pelanggannya.

Kata kunci : layanan internet, loyalitas, pembelian ulang

Backward Logistic Regression modeling to measure the Speedy Internet Customer Loyalty In Jember (Case Study in PT. Telkom Kandatel Jember).

Puspita Tri Oktaviandani

Department of Marketing Management, Faculty of Economics, University of Jember

ABSTRACT

The growth of internet access is currently very rapid. Beginning with the entry of the Internet since 1994, this time of internet users in Indonesia has reached 25 million by 2007. Speedy is a product of Telkom services in the form of high quality Internet access to households and small and medium size businesses. This research aims to determine the influence of internal factors (age, family size, gender, education level) and external factors (social status, family, reference groups, quality, brand and service and guarantees) toward customer loyalty in Jember Speedy. Population in this study is Speedy internet subscribers in Jember. Using non-probability sampling method namely purposive sampling 100 respondents were choosed as a sample. Backward stepwise Logistic regression were used to model the customer loyalty . The analysis revealed a combination of variables that influence customer loyalty of Speedy are the level of education, family, and service and warranty at last stage. Under high competitor pressure, PT. TELKOM trying to cultivate and improve customer loyalty by encouraging customer to re-purchase (re-buy) Speedy internet service in Jember. This will obtain the maximum profit that can beat his competitors. PT. TELKOM also have to improve the quality and satisfaction to the customers.

Key words: internet service, loyalty, repeat purchase

RINGKASAN

PEMODELAN BACKWARD LOGISTIC REGRESSION UNTUK MENGUKUR LOYALITAS PELANGGAN INTERNET SPEEDY DI JEMBER (STUDI KASUS PADA PT. TELKOM KANDATEL JEMBER); Puspita Tri Oktaviandani, 080810291118; 2012; 123 halaman; Jurusan Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Loyalitas merupakan perilaku konsumen dimana konsumen melakukan pembelian ulang secara teratur. Dalam penelitian ini loyalitas pelanggan internet *Speedy* di Jember diukur dengan pembelian ulang. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh faktor internal (usia, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, tingkat pendidikan) dan faktor eksternal (status sosial, keluarga, kelompok referensi, kualitas, merek serta pelayanan dan jaminan. Konsumen yang dianggap loyal akan berlangganan atau melakukan pembelian ulang selama jangka waktu tertentu dan konsumen yang loyal sangat berarti bagi perusahaan karena biaya untuk mendapatkan konsumen baru lebih mahal daripada memelihara konsumen lama.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi logistik *stepwise backward*. Analisis ini dilakukan melalui beberapa step agar didapatkan kombinasi variabel yang tepat untuk mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal yang akan diteliti yakni dalam pembelian ulang. Dari hasil analisis regresi logistik *stepwise backward* diketahui bahwa kombinasi variabel yang tepat dalam pembelian ulang untuk mengukur loyalitas pelanggan internet *Speedy* di Jember ialah variabel tingkat pendidikan, keluarga serta pelayanan dan jaminan.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sesuai dengan teori mengenai perilaku konsumen dalam melakukan pembelian maupun pembelian ulang. Dilihat dari realisasi yang telah dianalisis, tidak semua variabel (usia, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status sosial, keluarga, kualitas,

merek, serta pelayanan dan jaminan) tersebut dapat mengukur keputusan pembelian ulang pada konsumen, terutama dalam mengukur loyalitas.

Hasil penelitian ini menunjukkan dalam memahami perilaku konsumen perlu memperhatikan faktor demografi, lingkungan dan atribut produk dengan mempertimbangkan tingkat pendidikan, keluarga, pelayanan dan jaminan karena faktor tersebut menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian ulang layanan internet *Speedy* di Jember. Taraf signifikansi yang digunakan ialah 5% (0,05). Signifikansi pengaruh variabel tingkat pendidikan terhadap pembelian ulang ialah (3,9%) 0,039. Signifikansi pengaruh variabel keluarga terhadap pembelian ulang ialah (3,1%) 0,031. Signifikansi pengaruh variabel pelayanan dan jaminan terhadap pembelian ulang ialah (0%) 0,000. Untuk faktor usia, jumlah anggota keluarga, jenis kelamin, status sosial, kelompok referensi, kualitas dan merek tidak menunjukkan sigifikansi yang sesuai yakni untuk taraf signifikansi 5% (0,05). Namun variabel-variabel tersebut juga perlu diperhatikan, sebab juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk tidak membeli ulang layanan internet *Speedy* di Jember.

SUMMARY

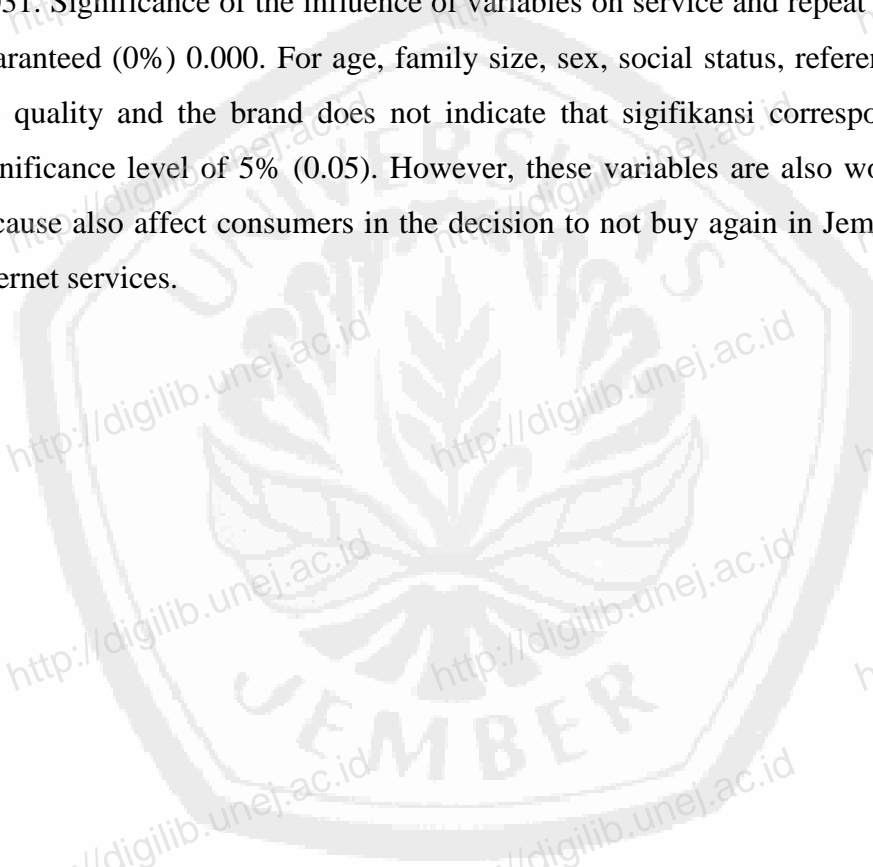
BACKWARD LOGISTIC REGRESSION MODELING FOR MEASURING CUSTOMER LOYALTY IN SPEEDY INTERNET JEMBER (CASE STUDY IN. TELKOM KANDATEL JEMBER); Puspita Tri Oktaviandani, 080 810 291 118; 2012; 123 pages; Management Department of Marketing Faculty of Economics, University of Jember.

Loyalty is the consumer behavior in which consumers make purchases on a regular basis. In this study Speedy internet customer loyalty in Jember measured by repeat purchase. The purpose of this study was to determine the influence of internal factors (age, family size, gender, education level) and external factors (social status, family, reference groups, quality, brand and service and warranty. Consumers who are considered loyal to subscribe to or do repeat purchases over a certain period and a loyal customer means a lot to the company because the cost of getting new customers is more expensive than maintaining old customers.

The study was conducted using backward stepwise logistic regression analysis. This analysis is done through several steps in order to get the right combination of variables to determine the effect of internal and external factors that will be examined in the repeat purchase. From the results of stepwise logistic regression analysis backward known that the right combination of variables in the repeat to measure customer loyalty in Jember Speedy internet is a variable level of education, family and service and warranty.

The results of this study do not fully correspond with the theory of consumer behavior in making a purchase and repeat purchase. Judging from the realization that has been analyzed, not all the variables (age, family size, gender, educational level, social status, family, quality brand, as well as service and warranty) that can measure back on the consumer purchase decisions, especially in measuring loyalty .

The results of this study indicate the need to understand consumer behavior to take into account demographic, environmental and product attributes by considering the level of education, family, service and warranty for these factors into factors that are considered by consumers in making purchases over the internet service Speedy in Jember. Significance level used was 5% (0.05). Significance of the influence of variable levels of repeat purchase is (3.9%) 0.039. Significance of the influence of family variables on repeat purchase is (3.1%) 0.031. Significance of the influence of variables on service and repeat purchase is guaranteed (0%) 0.000. For age, family size, sex, social status, reference groups, the quality and the brand does not indicate that sigifikansi corresponding to a significance level of 5% (0.05). However, these variables are also worth noting, because also affect consumers in the decision to not buy again in Jember Speedy internet services.



PRAKATA

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufiq serta hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “**Pemodelan *Backward Logistic Reggression* Untuk Mengukur Loyalitas Pelanggan Internet *Speedy* di Jember (Studi Kasus Pada PT. TELKOM Kandatel Jember)**” ini dalam rangka memenuhi tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Jurusan Ekonomi Manajemen Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dari banyak pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, baik moril maupun materiil. Rasa terima kasih penulis sampaikan pada :

1. Bapak Dr. H. Moh. Saleh M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Istifadah selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. Handriyono, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua tercinta yang memberikan dukungan serta doanya.
5. Ibu Atik selaku Assisten Manajer Customer Care dan Ibu Sri selaku staf HRD serta seluruh staf dan karyawan PT. TELKOM Kandatel Jember.
6. Adik-adikku Risma, Dewi, , Sunduz, Nita, Ela, Ajeng dan yang lainnya.
7. Teman-temanku Amel, Dina, Lia, Fikri, Nova, Wiwit dan yang lainnya.
8. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umunya bagi semua pihak yang memerlukannya.

Jember, Juni 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSEMBAHAN	ii
MOTO	iii
PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Kualitas Produk	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	9
2.1.3 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.4 Minat Beli Ulang.....	12
2.1.5 Perilaku Konsumen	12

DAFTAR ISI

(Lanjutan)

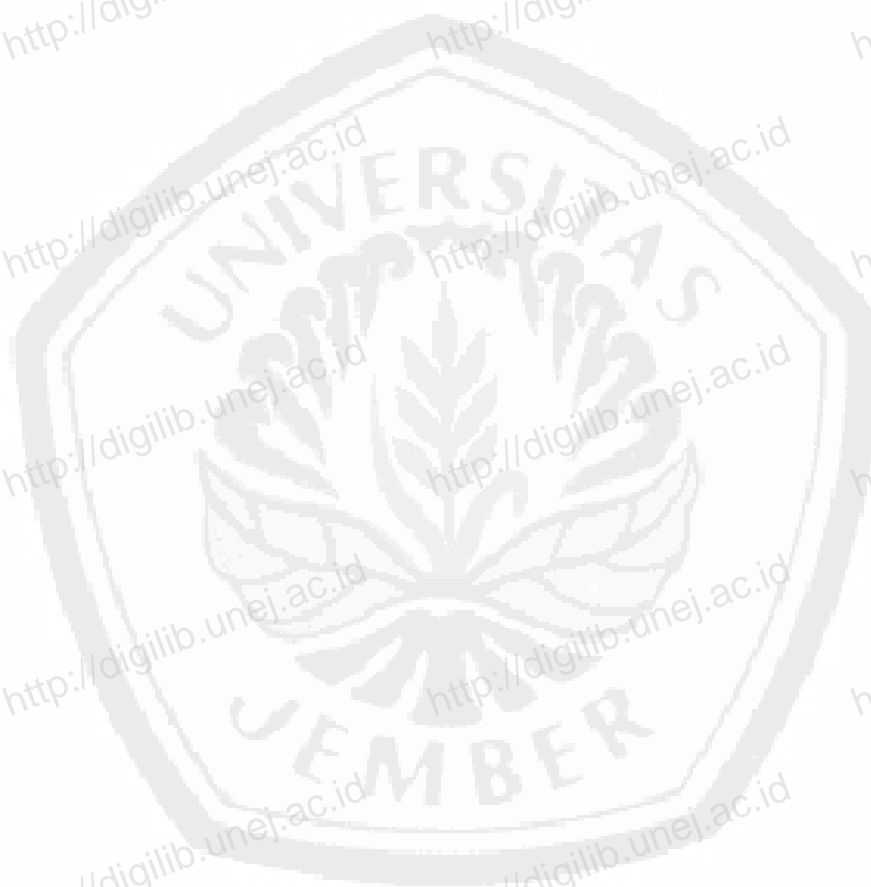
	Halaman
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	17
2.3 Kerangka Konseptual.....	20
BAB III. METODE PENELITIAN	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.5 Identifikasi Variabel	24
3.6 Definisi Operasional Variabel	24
3.7 Tehnik Pengukuran Data	26
3.8 Uji Instrumen	26
3.9 Metode Analisis Data	27
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Obyek yang Diteliti.....	34
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	34
4.1.2 Struktur Organisasi.....	36
4.2 Deskripsi Demografi : Variabel Penelitian.....	39
4.3 Deskripsi Lingkungan dan Atribut Produk.....	40
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	41
4.5 Hasil Analisis Regresi Logistik Stepwise Backward	42
4.6 Pembahasan	66
4.7 Keterbatasan Penelitian	76
BAB V. PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN 82	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Pelanggan & Pemakai Internet	2
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	39
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Lingkungan	40
Tabel 4.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	41
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 1	49
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 2	54
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 3	55
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 4	57
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 5	59
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 6	61
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 7	63
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Stepwise Backward Step 8	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. TELKOM Kandatel Jember	36



DAFTAR LAMPIRAN

A. Tabel perbedaan dan persamaan dengan penelitian sebelumnya	82
B. Kuesioner	83
C. Data kuesioner 1	86
D. Data kuesioner 2	89
E. Distribusi frekuensi responden	92
F. Uji validitas data	96
G. Uji reliabilitas data	97
H. Regresi Logistik Stepwise Backward	99

