

**PENGARUH NILAI PELANGGAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PENYEDIA
LAYANAN JASA INTERNET DI KOTA BOJONEGORO**

**Imam Suroso
Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Abstract : This research is used for explain how much the effect of the variable customer value, trust, and the service quality which have a role to create customer satisfaction. As the concluded, the variable of the customer satisfaction has a role in increment of the customer loyalty. In this research is using the path analysis or as usually we call path analysis using double regression linier approach. The reason for using path analysis is to make easy for the analysis to know and to analysis direct effect, indirect effect, and the total between variable. The chosen respondent is the respondent who use the internet service in kecamatan Summersari with their own choices and decisions and with the use of routine. The data was worked and analysis using windows SPSS 14 helped. Based on the analysis results, concluded that all variable customer value, trust, and the quality service could give effect for the customer satisfaction and customer loyalty for the internet service provider in kecamatan Summersari directly and proved significant. Even the variable trust to the customer satisfaction have the minimally value between others, even though effectly results.

Keywords : Customer value, trust, the service quality, the customer satisfaction, and customer loyalty.

PENDAHULUAN

Persaingan global saat ini di dunia usaha semakin ketat, fenomena yang tidak dapat terhindarkan dalam dunia usaha ditandai dengan perubahan-perubahan yang serba canggih di bidang komunikasi, informasi, dan teknologi. Untuk itu persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya agar dapat memenangkan persaingan. Merancang strategi untuk menarik dan menciptakan transaksi dengan pelanggan baru adalah penting, tetapi yang lebih penting lagi adalah berusaha dengan mempertahankan pelanggan. Dengan kata lain loyalitas menjadi pusat perhatian perusahaan. Penciptaan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas jasa atau layanan kepada pelanggan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Tjiptono, 2004:146). Faktor kunci kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah kepercayaan terutama pada perusahaan jasa. Perusahaan jasa merupakan bisnis jasa yang berdasar pada asas kepercayaan yang didukung oleh nilai pelanggan (Souchon dan Thirkell, 2000), kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, Ziethaml dan Berry, 1994) dan citra perusahaan (Aaker dan Keller, 1990) sehingga masalah nilai pelanggan, rasa percaya atau kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini.

Dalam menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus dapat meningkatkan nilai pelanggan. Nilai pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada para pelanggannya. Semakin baik kualitas layanannya, akan semakin