



MILIK PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Diterima

26 JUN 2008

Inventarisasi

668 / TI / Hd. 06 / 2008

Klasifikasi

: Rf 658 Ver 08

Subyek

: Management - loyalty



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
Program Studi Teknik Industri

PERPUSTAKAAN

**ANALISIS FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN**

**PT. EXELCOMINDO di YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai**

**Derajat Sarjana Teknik Industri**



**Disusun Oleh:**

**Elisabet Veriani Christanti**

**04 06 04286**

**Program Studi Teknik Industri**

**Fakultas Teknologi Industri**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Yogyakarta**

**2008**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir berjudul

**" ANALISIS FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN PT. EXELCOMINDO  
di YOGYAKARTA "**

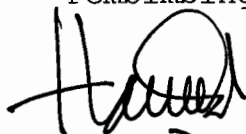
disusun oleh:

Elisabet Veriani Christanti(4286/II)

Dinyatakan telah memenuhi syarat

Pada tanggal: 16 Juni 2008

Pembimbing I



(T.B. Hanandaka, ST., MT.)

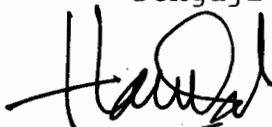
Pembimbing II



(P. Wisnu Anggoro, ST., MT.)

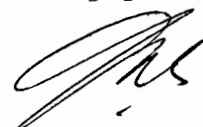
Tim Penguji:

Penguji I



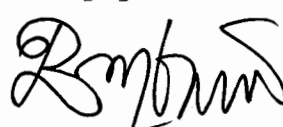
(T.B. Hanandaka, ST., MT.)

Penguji II



(Ag. Gatot Bintoro, ST., MT.)

Penguji III



(Baju Bawono, ST., MT.)

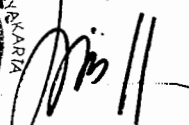
Yogyakarta, 16 Juni 2008

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri



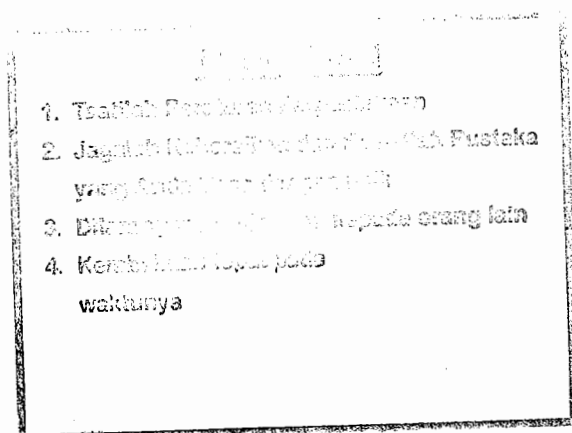
Dekan,



(Paulus Martono, ST., MT.)  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**"Segala perkara dapat kutanggung dalam Dia yang memberi  
kekuatan kepadaku"  
(filipi 4 :13)**



Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

Tuhan Yesus Kristus

My family

Thomas Adi P.S.

My Friends.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih setia dan penyertaan-Nya yang luar biasa, sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir ini dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul "**ANALISIS FAKTOR LOYALITAS PELANGGAN PT. EXELCOMINDO di YOGYAKARTA**" ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat kesarjanaan pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam pembuatan tugas akhir ini penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas hikmat, bimbingan, kasih, dan cinta yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Bapak Paulus Mudji Hartono, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Theodorus B. Hanandaka, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyusunan tugas akhir ini.
4. Bapak Paulus Wisnu Anggoro S.T., M.T., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan saran dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Andi Pribadi Tunggul, S.H., selaku HRD PT. Exelcomindo di Bandung yang telah memberikan ijin

kepada penulis untuk mengadakan penelitian di PT. Exelcomindo di Yogyakarta.

6. Bapak Priyo Harilistiyono, selaku Facility Management PT. Exelcomindo di Yogyakarta yang telah mendampingi dan memberikan informasi kepada penulis semasa mencari data untuk penelitian.
7. Semua staff dan karyawan PT. Exelcomindo yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam mengadakan penelitian.
8. Papi, Mami dan samuel atas dukungan, doa, serta kasih sayangnya. Terimakasih atas kerja keras kalian untuk membesarkan dan menyekolahkanku sampai Universitas, kalian keluarga terbaik yang diberikan Tuhan untukku.
9. Pendamping hidupku Thomas, terimakasih untuk cinta, perhatian dan doa. "In every step I take togetherness".
10. Keluarga di Temanggung atas cinta, bantuan, doa, perhatian yang diberikan. Terimakasih untuk kebersamaan sebagai keluarga selama ini. Semoga Tuhan membalas kebaikan kalian semua.
11. Merin yang selalu memberi semangat dari awal aku kuliah sampai sekarang ini. Terima kasih banyak ya mer sudah mau jadi temen baikku.
12. Ci lia yang selalu memberi semangat dan doa selama ini. Terimakasih ci, sudah menjadi mama rohani yang baik buatku.
13. Tere, Nana, yang bersama-sama berjuang dari awal kuliah sampai menyelesaikan skripsi kita masing-masing. Sukses buat kalian semua.

14. Anak-anak kos anggraeni terima kasih atas keceriaan selama ini (ci Lili, Christin). Terimakasih telah menemaniku bergadang sampai malam.
15. Anak-anak kontrakan (kak yuth, ria, dll) yang pernah bersama-sama satu atap dan memberikan keceriaan dan dukungan kepadaku.
16. Teman komselku (ferani, ci novi, dll) yang pernah bersama-sama dalam satu komsel dan saling mendukung satu sama lain.
17. Mba ria, Terimakasih sebagai teman untuk bertukar pikiran selama mengerjakan skripsi ini.
18. Teman2ku angkatan '04 yang tidak dapat aku sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memperluas pengetahuan pembacanya.

Yogyakarta, Mei 2008

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	Xiv
INTISARI .....	Xv
BAB 1: PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Batasan Masalah .....	3
1.4.1. Batasan .....	3
1.4.2. Asumsi .....	4
1.5. Metodologi Penelitian .....	4
1.5.1. Tahapan Metodologi penelitian.....	4
1.5.2. Metode Pengambilan Sampel.....	5
1.5.3. Tahapan penelitian.....	6
1.6. Sistematika Penulisan .....	8
BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA .....	10
BAB 3: LANDASAN TEORI .....	13
3.1. Definisi Loyalitas.....	13



3.2. Mengukur Loyalitas Pelanggan .....	13
3.2.1. Pendekatan perilaku ( <i>Behavior measurements</i> ).....	14
3.2.2. Pendekatan Sikap ( <i>Attitudinal measurements</i> )..	21
3.2.3. Pendekatan Sikap dan perilaku ( <i>composite             measurements</i> ).....	23
3.3. Sampling .....	23
3.3.1 Sampling probabilitas ( <i>probability sampling</i> ) .....	24
3.3.2 Sampling non probabilitas ( <i>nonprobability sampling</i> )...	26
3.4. Kuisisioner .....	29
3.4.1. Metode-Metode Penyampaian Kuisisioner.....	29
3.5. Penyusunan Skala.....	30
3.6. Uji kecukupan data.....	33
3.7. Uji Validitas.....	34
3.8. Uji Reliabilitas.....	34
3.9. Transformasi Data Melalui <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	35
3.10. Analisis Faktor.....	36
3.10.1. Konsep Dasar Analisis Faktor.....	36
3.10.2. Ilustrasi Analisis Faktor..	38
3.10.3. Fungsi Analisis Faktor.....	38
3.10.4. Asumsi-Asumsi dalam Analisis Faktor.....	39
3.10.5. Ukuran Sampel dan jenis Data.....	41

3.10.6. Penentuan Jumlah faktor....	41
3.10.7. Model Analisis Faktor.....	43
3.10.8. Rotasi Faktor.....	44
3.10.9. Penamaan Faktor yang Terbentuk.....	45
3.10.10. Uji Ketepatan Model Analisis Faktor.....	46
3.10.11. Langkah-Langkah Analisis Faktor.....	48
 BAB 4: DATA DAN ANALISIS DATA .....	53
4.1. Profil Perusahaan .....	53
4.1.1. Produk dan layanan XL .....	54
4.2. Deskripsi pelanggan XL.....	58
4.3. Data .....	59
4.4. Identifikasi Variabel Penelitian...	60
4.5. Penentuan Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	63
4.6. Penentuan Skala Pengukuran.....	63
4.7. Penentuan Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	63
4.8. Kuesioner Pendahuluan.....	64
4.9. Uji kecukupan data.....	64
4.10. Uji Validitas dan Reliabilitas....	65
4.9.1. Uji Validitas.....	65
4.9.2. Uji Reliabilitas.....	66
4.11. Kuesioner Penelitian.....	68
4.12. Karakteristik Responden.....	69
4.13. Mentransformasikan data dengan metode <i>successive interval</i> (MSI) ...	72
4.14. Analisis Faktor .....	75

4.14.1. Correlation matrix.....	75
4.14.2. Pada Tabel KMO dan <i>Bartlett's</i> .....	76
4.14.3. Pada tabel <i>anti-image</i> <i>matrices</i> .....	77
4.14.4. Pada tabel <i>communalities</i> ...	81
4.14.5. Pada tabel <i>Total Variance</i> <i>Explained</i> .....	82
4.14.6. Pada tabel <i>component matrix</i>	83
4.14.7. Pada tabel <i>Rotated</i> <i>Component Matrix</i> .....	85
4.14.8. Pada grafik <i>component plot</i> <i>in rotated space</i> .....	87
4.14.9. Pada tabel <i>reproduce</i> <i>correlation matrix</i> .....	87
 BAB 5: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	
5.1. Pembahasan Faktor .....	
 BAB 6: KESIMPULAN DAN SARAN .....	88
6.1. Kesimpulan .....	95
6.2. Saran .....	97
 DAFTAR PUSTAKA .....	xvii

## DAFTAR TABEL

1.	Tabel 2.1. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian sekarang.....	12
2.	Tabel 3.1. Teknik-Teknik Sampling.....	28
3.	Tabel.3.2. Tabel Ukuran Ketepatan <i>Kaiser-Mayer-Olkin</i> (Subhas Sharma dalam Suliyanto,2005).....	50
4.	Tabel 4.1. Variabel-Varibel dalam Penelitian..	59
5.	Tabel 4.2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.	62
6.	Tabel 4.3. Perbandingan r hitung dengan r tabel.....	63
7.	Tabel 4.4. Koefisien Keandalan .....	64
8.	Tabel 4.5. Karakteristik Jenis Kelamin.....	66
9.	Tabel 4.6. Karakteristik Usia.....	67
10.	Tabel 4.7. Karakteristik Pendidikan Terakhir.	67
11.	Tabel 4.8. Karakteristik Pekerjaan.....	68
12.	Tabel 4.9. Penghasilan 1 bulan.....	68
13.	Tabel 4.10. Karakteristik Produk yang digunakan.....	68
14.	Tabel 4.11. Karakteristik Lama Pemakaian.....	69
15.	Tabel 4.12. Hasil perhitungan frekuensi.....	69
16.	Tabel 4.13. Hasil perhitungan ke 31 variabel..	75
17.	Tabel 4.14. Hasil perhitungan ke 30 variabel..	76
18.	Tabel 4.15. Hasil perhitungan ke 29 variabel..	77
19.	Tabel 4.16. <i>Communalities</i> .....	78
20.	Tabel 4.17. <i>Total Variance Explained</i> .....	79
21.	Tabel 4.18. <i>Component Matrix</i> .....	81
22.	Tabel 4.19. <i>Rotated Component Matrix</i> .....	82
23.	Tabel 5.1. Pembentukan Faktor 1.....	89

24. Tabel 5.2. Pembentukan Faktor 2..... 90

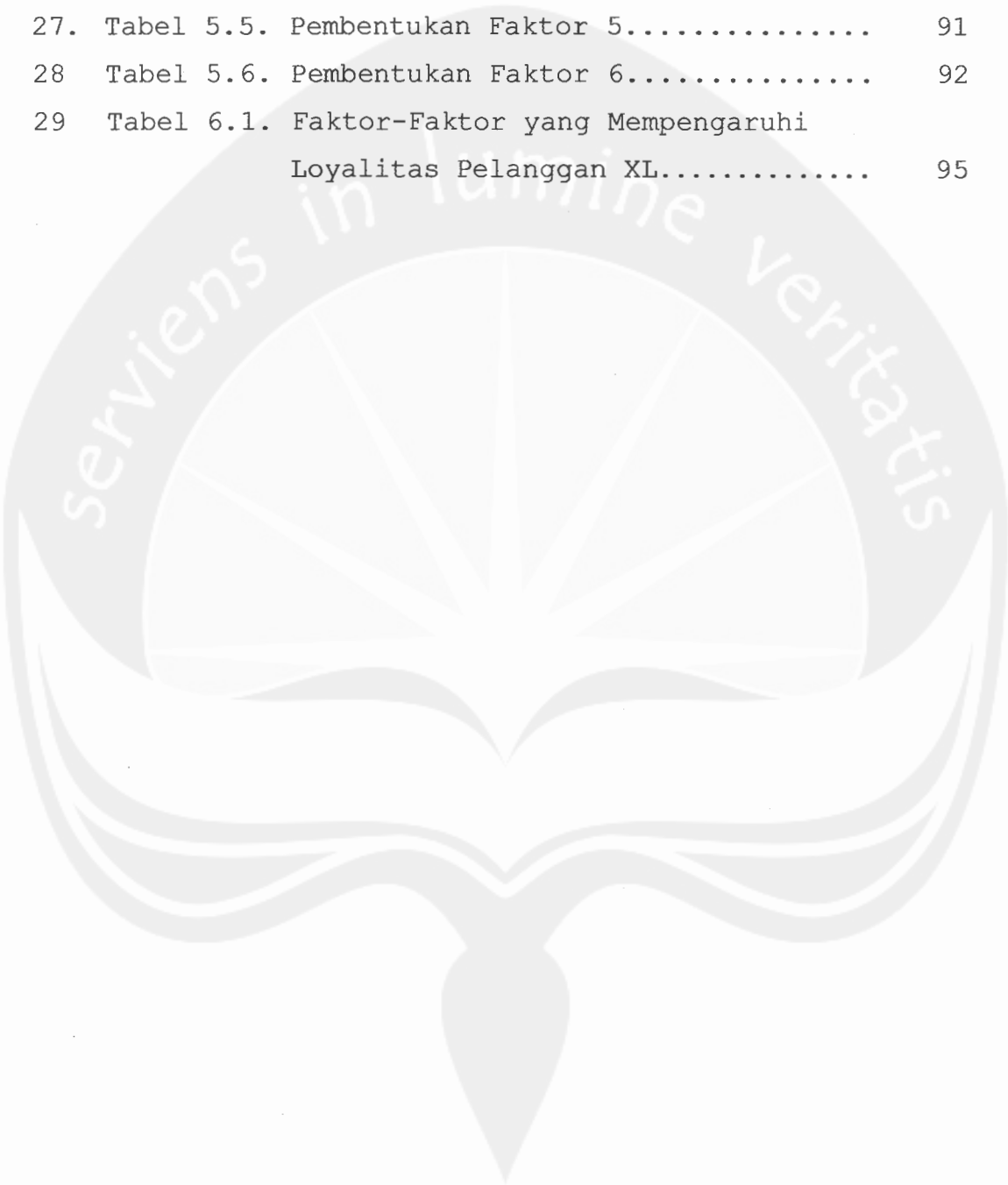
25. Tabel 5.3. Pembentukan Faktor 3..... 90

26. Tabel 5.4. Pembentukan Faktor 4..... 91

27. Tabel 5.5. Pembentukan Faktor 5..... 91

28. Tabel 5.6. Pembentukan Faktor 6..... 92

29. Tabel 6.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi  
Loyalitas Pelanggan XL..... 95



## DAFTAR GAMBAR

1.	Gambar 1.1. Tahapan Penelitian.....	6
2.	Gambar 3.1. Contoh analisis Faktor.....	38
3.	Gambar 3.2. langkah-langkah analisis faktor (Joseph F.H, Jr, dalam Suliyanto 2005).....	48
4.	Gambar 4.1. struktur organisasi perusahaan	54
5.	Gambar 4.2. Simbol produk XL Bebas.....	55
6.	Gambar 4.3. Simbol produk XL Jempol.....	56
7.	Gambar 4.4. Simbol produk XL Xplor.....	56
8.	Gambar 4.5. jumlah seluruh pelanggan XL.....	58
9.	Gambar 4.6. Komposisi pelanggan XL.....	59
10.	Gambar 5.1. Kerangka Pemikiran.....	88
11.	Gambar 5.2. Faktor yang terbentuk.....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1. Artikel
2. Lampiran 2. Kuisisioner
3. Lampiran 3. Surat keterangan
4. Lampiran 4. Hasil uji kecukupan data
5. Lampiran 5. Hasil perhitungan uji validitas dan reabilitas 42 responden
6. Lampiran 6. Data hasil kuisisioner ke-155 responden
7. Lampiran 7. Tabel Kumulatif Kurva Normal
8. Lampiran 8. Hasil perhitungan ke 31 variabel
9. Lampiran 9. Hasil perhitungan ke 30 variabel
10. Lampiran 10. Hasil perhitungan ke 29 variabel
11. Lampiran 11. r tabel
12. Lampiran 12. Tabel Chi Square
13. Lampiran 13. Tabel Ordinat Kurva Normal

# **Analisis Faktor Loyalitas Pelanggan PT. Exelcomindo di Yogyakarta**

## INTISARI

Elisabet Veriani Christanti (04286/TI)

Dalam era globalisasi ini komunikasi menjadi hal yang sangat penting bagi manusia. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan penyedia jasa telekomunikasi bersaing untuk menyediakan pelayanan yang terbaik bagi para pengguna yang ditujukan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. PT. Exelcomindo Pratama yaitu penyedia layanan komunikasi suara, data, dan layanan seluler lainnya melalui Solusi Konsumer dan Solusi Korporat. Dalam menjalankan menyediakan sarana komunikasi, XL berusaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya dengan berbagai layanan jasa yang ditawarkan oleh pihak XL. Salah satu contohnya adalah peluncuran Program Kejutan 28. Berbagai usaha XL dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, ternyata kurang tepat sasaran atau tidak sesuai dengan harapan konsumen (<http://suratpembaca.net>). Berdasarkan permasalahan diatas penulis ingin mengungkap dan mengidentifikasi faktor apa sajakah yang mempengaruhi pelanggan untuk loyal dalam menggunakan provider XL. Hal ini ditujukan supaya layanan jasa yang diluncurkan XL untuk meningkatkan loyalitas, tepat sasaran atau sesuai dengan harapan pelanggan.

Metode perancangan yang digunakan adalah metode analisis faktor, yaitu suatu teknik untuk menganalisis tentang saling ketergantungan (interdependence) dari beberapa variabel secara simultan dengan tujuan untuk menyederhanakan dari bentuk hubungan antara beberapa variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sedikit daripada variabel yang diteliti.

Dari data yang diperoleh dapat ditetapkan terdapat 6 faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan XL yaitu: citra Perusahaan, faktor kinerja perusahaan, faktor sumber daya pendukung, faktor promosi, faktor biaya, faktor eksternal.

**Dosen Pembimbing I : T. B. Hanandaka, S.T., M.T.**  
**Dosen Pembimbing II : P. Wisnu Anggoro, S.T., M.T.**  
**Tanggal Pendadaran : 16 Juni 2008**

