



DIKIRI KEPENDAHKARAN

DIKIRI KEPENDAHKARAN

12 JUL 2007

461/MM/Het.7/2007

R/ 658-8 Ing 06

Marketing M.

Srby

TESIS

**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER RETENTION*  
DENGAN *PRICE PERCEPTION*  
DAN *CUSTOMER INDIFFERENCE*  
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI**



**Inge**

**No. Mhs : 05.1021/PS/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2006**



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

---

PENGESAHAN TESIS

Nama : INGE  
Nomor Mahasiswa : 05.1021/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Retention* Dengan *Price Perception* Dan *Customer Indifference* Sebagai Variabel Pemoderasi

**Nama Pembimbing**

**Tanggal**

**Tanda tangan**

**Budi Suprpto, Ph.D**

15/06  
/9



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : INGE  
Nomor Mahasiswa : 05.1021/PS/MM  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Tesis : Analisis Pengaruh *Service Quality* Terhadap *Customer Retention* Dengan *Price Perception* Dan *Customer Indifference* Sebagai Variabel Pemoderasi

Nama Penguji	Tanggal	Tanda tangan
Budi Suprpto, Ph.D	28/9 06	
Dr. EF. Slamet Sarwono Santosa, MBA.	2/10 06	
W. Mahestu Noviandra, M.Sc.IB.	29/9 -06	

Ketua Program Studi

Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini merupakan karya pribadi dan merupakan kutipan atau dari karya tulis yang telah ada sebelumnya. Semua yang tertulis baik berupa data, teks, tabel, gambar, analisis, kesimpulan dan rekomendasi, kecuali yang telah secara tertulis diacu dalam tesis ini adalah murni karya saya dan merupakan hasil kerja pribadi.

Yogyakarta, 2 Oktober 2006

(Inge)

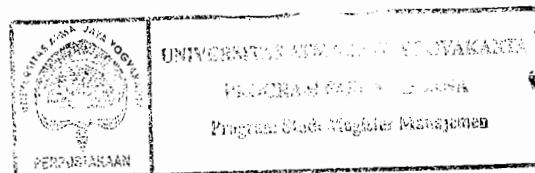
## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*, (2) menganalisis pengaruh *price perception* dan *customer indifference* sebagai variabel pemoderasi pada hubungan pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*, dengan studi kasus pada mahasiswa pelanggan telekomunikasi seluler di Yogyakarta.

Penelitian ini mengadopsi instrumen penelitian dari jurnal Chatura Ranaweera dan Andy Neely (2003). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan jumlah kuesioner yang dikumpulkan sebanyak 210 kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan regresi linier dengan variabel pemoderasi.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan *service quality* berpengaruh terhadap *customer retention*, kemudian *price perception* dan *customer indifference* memoderasi hubungan pengaruh *service quality* terhadap *customer retention*.

**Kata-kata kunci** : *customer indifference*, *customer retention*, *price perception*, *service quality*



## ABSTRACT

This research aims to (1) analyze the influence of service quality to customer retention, (2) analyze the influence of price perception and customer indifference as moderating variable in the relationship between service quality and customer retention with case study of students who use telecommunication celuler in Yogyakarta.

This research adopt the instrument by Chatura Ranaweera and Andy Neely (2003). Data collecting conducted by disseminating questionare and total questionare is 210. This research analysed to use the simple linear regression and linear regression with moderating variable.

Result indicate that there are influence of service quality to customer retention, and then price perception and customer indifference moderate the relationship between service quality and customer retention.

**Keywords** : *customer indifference, customer retention, price perception, service quality*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur dengan kerendahan hati penulis panjatkan kepada Yesus Kristus, juru selamat, dan sumber kekuatan, karena kelimpahan berkatNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun tesis ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis dengan segenap ketulusan hati hendak menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Budi Suprpto, MBA., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun tesis ini.
2. Bapak Dr. EF. Slamet Sarwono Santosa, MBA. dan Ibu W. Mahestu Noviandra, SE., M.Sc. IB. selaku dosen penguji, yang telah memberi masukan bagi penulis guna melangkapi tesis ini dan juga menambah pengetahuan bagi penulis.
3. Ibu Shellyana Junaedi SE., M.Si. yang telah membantu dalam memperoleh jurnal yang digunakan sebagai acuan, cerita-cerita tentang pengetahuan, juga bimbingan waktu seminar proposal.
4. Mama, Andrew, Alex, Yiyi yang telah memberikan kasih sayang, doa, semangat dan dukungan yang tak terhingga.



5. Eko Chayank, thank's a lot buat kasih sayang, doa, perhatian dan dukungannya selama ini, pip pip (^.^).
  6. Sahabatku dalam suka dan duka, Emma Christiana, SS. thank's for everything, I'm so blessed having u as my best friend and sister in God.
  7. Henny Caturwulandari, SE, cepet nyusul ya jadi MM, juga teman-teman seperjuangan angkatan September 2005 dimana kita saling mendukung, memotivasi serta memberikan kenangan yang indah selama studi.
  8. Anak-anak kost Pei, Sisca, Yeyen, C Mel, Lydia, Nita, Kiki, Laura, Dita, Desi, Mia, Tami terima kasih ya kebersamaan dan perhatiannya selama ini, will miss u all.
  9. Segenap dosen dan staff karyawan Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi tepat pada waktunya.
  10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
- Akhir kata, semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, Oktober 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
INTISARI.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I.....	1
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	3
I.3. Batasan Masalah.....	3
I.4. Tujuan Penelitian.....	4
I.5. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
II.1. Kualitas Pelayanan.....	5
II.1.1. Definisi Kualitas Pelayanan.....	5
II.1.2. Komponen Utama Kualitas Pelayanan.....	8
II.1.3. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	9
II.2. Customer Retention.....	10
II.3. Price Conscious.....	11
II.4. Customer Indifference.....	12
II.5. Hipotesis dan Model Penelitian.....	13
BAB III.....	14
III.1. Jenis Penelitian.....	14
III.2. Lokasi Penelitian.....	14
III.3. Metode Pengambilan Sampel.....	14
III.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	15
III.5. Metode Pengujian Instrumen.....	16
III.5.1. Uji Validitas.....	17
III.5.2. Uji Reliabilitas.....	18
III.6. Metode Analisis Data.....	18
III.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	19
III.6.2. Analisis Regresi dengan Variabel Pemoderasi.....	20
BAB IV.....	22
IV.1. Deskripsi Umum Penelitian.....	22
IV.2. Analisis Karakteristik Responden.....	22
IV.2.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	23
IV.2.2. Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	23
IV.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	24
IV.3.1. Analisis Regresi.....	24
IV.4. Analisis Regresi dengan Variabel Pemoderasi.....	26
IV.4.1. Analisis Regresi Sebelum Dimoderasi.....	27

IV.4.2.	Analisis Regresi dengan Variabel Pemoderasi .....	27
IV.4.2.1	Variabel Price Perception sebagai Variabel Pemoderasi .....	27
IV.4.2.2	Variabel Customer Indifference sebagai Variabel Pemoderasi .....	29
BAB V	.....	31
V.1.	Kesimpulan .....	31
V.2.	Implikasi Manajerial .....	32
V.3.	Keterbatasan Penelitian.....	33
V.4.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	33
DAFTAR PUSTAKA	.....	34



## DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Hasil Pengujian Validitas.....	17
Tabel III.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	18
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	23
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	23
Tabel IV.3 Model Summary.....	24
Tabel IV.4 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	24
Tabel IV.5 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual.....	25
Tabel IV.6 Hasil Analisis Regresi Sebelum Dimoderasi.....	27
Tabel IV.7 Hasil Analisis Regresi <i>Service Quality</i> terhadap Variabel <i>Customer Retention</i> dengan <i>Price Perception</i> sebagai Variabel Pemoderasi.....	27
Tabel IV.8 Uji Statistik F.....	28
Tabel IV.9 Hasil Analisis Regresi <i>Service Quality</i> terhadap Variabel <i>Customer Retention</i> dengan <i>Customer Indifference</i> sebagai Variabel Pemoderasi.....	29
Tabel IV.10 Uji Statistik F.....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Penelitian.....	13
Gambar III.1 Model Penelitian .....	20

