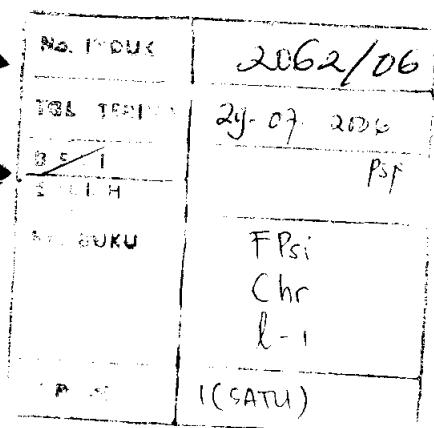


**LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI PERSEPSI
KONSUMEN MENGENAI HARGA, KUALITAS
PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
DARI SMILE PHOTO STUDIO**

SKRIPSI



OLEH:

Rosa Yuditta Christdian

NRP: 7103001101

**Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya
2006**

**LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI
PERSEPSI KONSUMEN MENGENAI HARGA,
KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
DARI SMILE PHOTO STUDIO**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi



OLEH:
Rosa Yuditta Christdian
NRP: 7103001101

Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya
2006

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini, saya

Nama : ROSA YUDITTA CHRISTDIAN

NRP : 7103001101

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil skripsi yang berjudul :

“LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI PERSEPSI KONSUMEN
MENGENAI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN DARI SMILE PHOTO STUDIO”

benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa skripsi tersebut ternyata merupakan hasil plagiat dan/atau hasil manipulasi data, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan/atau pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh, serta menyampaikan permohonan maaf pada pihak-pihak yang terkait.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 10 Juni 2006.

Yang membuat pernyataan,



Rosa Yuditta Christdian

HALAMAN PERSETUJUAN

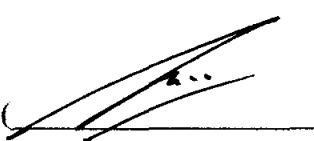
SKRIPSI

**LOYALITAS KONSUMEN DITINJAU DARI PERSEPSI
KONSUMEN MENGENAI KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN
DARI SMILE PHOTO STUDIO**

Oleh :

Rosa Yuditta Christdian
NRP 7103001101

Telah dibaca, disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing utama : Dr. Drs. Fendy Suhariadi, MT. ()

Pembimbing pendamping: James Waskito, S.Psi ()

Surabaya, 10 Juni 2006

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Pengaji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Psikologi

pada tanggal 19 Juni 2006

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi,
Dekan,

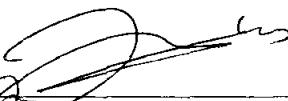
(Y.Yettie Wandansari, M.Si)

Dewan Pengaji:

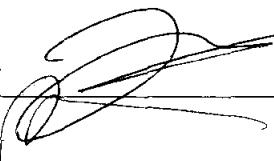
1. Ketua : Agnes Maria Sumargi, M.Psych


(

2. Sekretaris : J. Dicky Susilo, S.Psi


(

3. Anggota : James Waskito, S.Psi


(

4. Anggota : Ir. Vincentius Rumawas, S.Psi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Untuk Tuhan Yesus Kristus,

biarlah selamanya aku boleh memuliakan namaMu.

Untuk mama dan papaku,

biarlah skripsiku ini dapat membuat kalian bangga terhadapku.

*"Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia,
yang memberi kekuatan kepadaku."*

(Filipi 4:13)

*"Janganlah kendaknya kamu kuatir tentang apapun juga,
tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah
dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.
Damai sejahtera Allah, yang melampaui segala akal.
akan memelihara hati dan pikiranmu
dalam Kristus Yesus."*

(Filipi 4:6-7)

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Surat Pernyataan.....	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Ungkapan Terima Kasih.....	vii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Abstraksi.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2. Batasan Masalah.....	11
1.3. Batasan Istilah.....	11
1.4. Rumusan Masalah.....	12
1.5. Tujuan penelitian.....	13
1.6. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II. LANDASAN TEORI.....	15
2.1. Loyalitas Konsumen.....	15
2.1.1. Pengertian loyalitas.....	15
2.1.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas.....	17
2.1.3. Aspek-aspek loyalitas.....	19
2.2. Persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas.....	21
2.2.1. Pengertian persepsi konsumen.....	21
2.2.2. Proses-proses yang mempengaruhi persepsi.....	23
2.2.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi.....	24

2.2.4. Aspek-aspek yang mempengaruhi persepsi.....	26
2.2.5. Persepsi konsumen mengenai harga.....	30
2.2.6. Persepsi konsumen mengenai kualitas produk.....	32
2.2.7. Persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan.....	34
2.2.8. Fotografi Digital.....	39
2.2.8.1. Perbedaan antara fotografi konvensional dengan fotografi digital.....	40
2.2.8.2. Kelebihan dan kekurangan fotografi digital.....	44
2.3. Hubungan antara persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas dari SMILE Photo Studio dengan loyalitas konsumen.....	45
2.4. Hipotesis.....	48
 BAB III. METODE PENELITIAN.....	49
3.1. Jenis Penelitian.....	49
3.2. Identifikasi Penelitian.....	49
3.3. Definisi Operasional variable penelitian.....	51
3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sample.....	52
3.5. Metode Pengumpulan data.....	53
3.5.1. Metode Angket.....	53
3.5.2. Penyususan Metode Angket.....	54
3.6. Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.6.1. Validitas Alat Ukur.....	57
3.6.2. Reliabilitas Alat Ukur.....	58
3.7. Teknik Analisis Data.....	59
 BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	60
4.1. Orientasi Kancah Penelitian.....	60
4.2. Persiapan Penelitian.....	63
4.2.1. Pembuatan Alat Ukur.....	64
4.2.2. Pembuatan Surat Izin Penelitian.....	65
4.3. Pelaksanaan Penelitian.....	66

4.4. Hasil Penelitian.....	67
4.4.1. Uji Validitas.....	68
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	72
4.4.3. Deskripsi Subyek Penelitian.....	73
4.4.4. Deskripsi Variabel Penelitian.....	74
4.4.5. Deskripsi Jawaban Pertanyaan Terbuka Subyek.....	77
4.4.6. Uji Normalitas.....	79
4.4.7.Uji Multicolinearitas.....	80
4.4.8. Uji Hipotesis.....	81
BAB V PENUTUP.....	84
5.1. Bahasan.....	84
5.2. Simpulan.....	92
5.3. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Blue Print persepsi knsumen mengenai harga.....	55
Tabel 3.2. Blue Print persepsi knsumen mengenai kualitas produk.....	55
Tabel 3.3. Blue Print persepsi knsumen mengenai kualitas pelayanan.....	55
Tabel 3.4. Blue Print loyalitas.....	56
Tabel 4.1 Distribusi jumlah item yang sahih dan yang gugur pada variabel persepsi mengenai harga.....	68
Tabel 4.2 Distribusi jumlah item yang sahih dan yang gugur pada variabel persepsi mengenai kualitas produk.....	69
Tabel 4.3Distribusi jumlah item yang sahih dan yang gugur pada variabel persepsi mengenai kualitas pelayanan.....	70
Tabel 4.4.Distribusi jumlah item yang sahih dan yang gugur pada variabel loyalitas.....	71
Tabel 4.5.Distribusi frekuensi jenis kelamin subyek penelitian.....	74
Tabel 4.6. Distribusi frekuensi persepsi mengenai kualitas produk.....	75
Tabel 4.7. Distribusi frekuensi persepsi mengenai kualitas pelayanan.....	76
Tabel 4.8. Distribusi frekuensi loyalitas.....	77
Tabel 4.9. Deskripsi Jawaban Subyek untuk Pertanyaan Terbuka.....	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Proses terjadinya Persepsi.....	22
Gambar 2.2. <i>Perceived Service Quality</i>	35

Rosa Yuditta Christdian (2006). "Loyalitas konsumen ditinjau dari persepsi konsumen mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dari SMILE Photo Studio". **Skripsi Sarjana Strara 1.** Fakulatas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

ABSTRAKSI

Banyak hal yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, antara lain adalah persepsi konsumen mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Loyalitas konsumen yang ingin dilihat dalam penelitian ini adalah loyalitas terhadap studio foto yang memberikan layanan fotografi digital. Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan, maka akhirnya diputuskan melihat loyalitas konsumen dari SMILE Photo Studio. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara persepsi konsumen mengenai harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan dari SMILE Photo Studio terhadap loyalitas konsumen. Selain itu juga untuk melihat apakah ada hubungan antara persepsi mengenai harga terhadap loyalitas, persepsi mengenai kualitas produk terhadap loyalitas dan persepsi mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Penelitian ini mengambil subyek orang-orang yang pernah minimal sekali pernah foto di SMILE Photo Studio, yaitu sebanyak 70 orang. Pengambilan sample dilakuakn dengan cara *incidental sampling*, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket, dengan skala Likert. Data yang diperoleh analisis dengan menggunakan teknik nonparametrik yaitu korelasi Kendall's Tau_b.

Dari hasil analisis yang dilakukan, didapatkan bahwa antara persepsi mengenai harga terhadap loyalitas konsumen tidak memiliki hubungan dikarenakan variabel persepsi mengenai harga tidak menghasilkan aitem yang sah. Sedangkan nilai koefisien korelasi untuk persepsi mengenai kualitas produk terhadap loyalitas adalah sebesar 0,530 dengan $p = 0,000$, yang berarti ada hubungan antara persepsi konsumen mengenai kualitas produk terhadap loyalitas. Sedangkan untuk koefisien korelasi persepsi mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas adalah sebesar 0,479 dengan $p = 0,000$, yang berarti ada hubungan antara persepsi konsumen mengenai kualitas terhadap loyalitas. Secara umum diketahui ternyata sebagian besar konsumen memiliki persepsi yang tergolong sedang untuk persepsi mengenai kualitas produk (45.7%), sedang untuk persepsi mengenai kualitas pelayanan (51.4%), dan sedang untuk tingkat loyalitasnya terhadap SMILE Photo Studio (62.9%).

Kata kunci :

Loyalitas, persepsi mengenai harga, persepsi mengenai kualitas produk, persepsi mengenai kualitas pelayanan.