

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PENGUNA PAKET INTERNET IM3 OOREDOO
(Studi pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas
Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)**

SKRIPSI



**OLEH
EVI ANITA
NIM. 933415018**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2023**

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PENGUNA PAKET INTERNET IM3 OOREDOO
(Studi pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas
Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Institut Agama Islam Negeri Kediri

untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Sarjana (S.Psi)

Oleh

EVI ANITA

933415018

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Evi Anita ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Pembimbing I




Dr. Ropingi, M.Pd

NIP. 19720626 199903 1 002

Kediri, 16 November 2022

Pembimbing II



Ervin Abdillah, S.Psi, MA

NIDN. 2005058504

NOTA DINAS

Nomor : Kediri, 16 November 2022
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth, Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Evi Anita
NIM : 933415018
Program Studi : Psikologi Islam
Judul : Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Internet IM3 Ooredoo (Studi pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

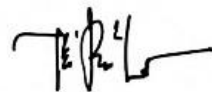
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. Ropingi, M.Pd
NIP. 19720626 199903 1 002



Ervin Abdillah, S.Psi, MA
NIDN. 2005058504

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN
DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PENGGUNA PAKET INTERNET IM3 OOREDOO (Studi pada Mahasiswa
Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)

EVI ANITA

9.334.150.18


Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
pada tanggal 17 Januari 2023

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Prilani, M.Si

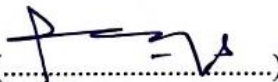
NIP. 19780421 200501 1 002

()

2. Penguji I

Dr. Ropingi, M.Pd

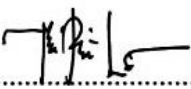
NIP. 19720626 199903 1 002

()

3. Penguji II

Ervin Abdillah, S.Psi, MA

NIDN. 2005058504

()

Kediri, 24 Januari 2023

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

()

Dr. A. Halil Thahir, M.HI

NIP. 197111212005011006



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
PERPUSTAKAAN

Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo Kota Kediri
E-Mail: perpustakaan@iainkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Evi Anita
NIM : 933415018
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Dakwah/Psikologi Islam
E-mail address : evianita.1204@gmail.com
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Tesis Disertasi
 Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Internet IM3 Ooredoo (Studi pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)


Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut diatas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 9 Juni 2023

Penulis


X Evi Anita)

MOTTO

“Jika kamu melangkah, mungkin ada hasil dan mungkin tidak ada hasil. Tapi jika kamu tidak melangkah, sudah pasti tidak ada hasil” – Mahatma Gandhi

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evi Anita
NIM : 933415018
Program Studi : Psikologi Islam
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil dari plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 24 Januari 2023
Yang membuat pernyataan



Evi Anita

ABSTRAK

EVI ANITA. Dosen Pembimbing Dr. ROPINGI, M.Pd dan ERVIN ABDILLAH, S.Psi., M.A. *Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Internet IM3 Ooredoo (Studi pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri)*. Skripsi, Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Kediri. 2023.

Kata kunci: Persepsi Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas

Perkembangan teknologi telah menjadikan proses komunikasi lebih mudah dengan adanya internet. Bagi pelajar adanya internet mampu menjadi tempat belajar baru untuk mencari informasi, referensi, dan pengetahuan baru. Berdasarkan laporan Hootsuite pada Februari 2022, pengguna internet Indonesia sebanyak 204,7 juta pengguna. Penggunaan internet perlu didukung oleh adanya provider sebagai penyedia layanan internet. Berdasarkan survei yang dilakukan pada 184 mahasiswa Psikologi Islam IAIN Kediri angkatan tahun 2019, mayoritas menggunakan IM3 Ooredoo sebanyak 84 responden. Kesetiaan responden menggunakan IM3 Ooredoo disebut dengan loyalitas konsumen atau keterikatan konsumen dengan perusahaan. Loyalitas tercipta salah satunya oleh adanya rasa percaya konsumen dan kualitas layanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang kualitas layanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu upaya untuk mencari dan mengukur data dengan menggunakan bentuk-bentuk analisis statistik. Penelitian ini memakai jenis sampel jenuh sebanyak 84 mahasiswa Program Studi Psikologi Islam IAIN Kediri angkatan tahun 2019. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hipotesis pertama terkait pengaruh persepsi tentang kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,360 > 0,05$. Sehingga persepsi tentang kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hipotesis kedua terkait pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan hipotesis ketiga mengenai pengaruh persepsi tentang kualitas layanan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen, memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga persepsi tentang kualitas layanan dan kepercayaan merek berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Koefisien determinasi sebesar 0,596, artinya variabel loyalitas konsumen dipengaruhi sebesar 59,6% oleh variabel persepsi tentang kualitas layanan dan kepercayaan merek.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *rabbil 'alamin*, segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya, sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik dan penuh kemudahan. Tak lupa sholawat dan salam penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah menghantarkan umat manusia dari kegelapan dan kebodohan menuju zaman yang terang benderang penuh pengetahuan.

Skripsi ini mengungkapkan Pengaruh Persepsi tentang Kualitas Layanan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Paket Internet IM3 Ooredoo pada Mahasiswa Psikologi Islam Angkatan Tahun 2019 Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri. Adapun penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) Program Studi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai dengan baik tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. Wahidul Anam, M.Ag selaku rektor IAIN Kediri.
2. Dr. A. Halil Thahir, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Kediri.
3. Dr. Rini Risnawita Suminta, M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Islam.
4. Dr. Prilani, M.Si selaku penguji utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan.

5. Dr. Ropingi, M.Pd dan Ervin Abdillah, S.Psi., MA selaku dosen pembimbing I dan II yang telah memberikan perhatian, bimbingan, motivasi, dan arahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, terlebih dosen Program Studi Psikologi Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
7. Teristimewa kedua orangtuaku, Bapak dan Ibu, juga Mas-ku tercinta, terima kasih atas kasih sayang, do'a, dukungan, nasihat, serta kesabaran yang luar biasa dalam mengiringi setiap langkah penulis. Terima kasih pula untuk nenek dan keluarga besarku yang selalu mendoakan dan mendukung penulis.
8. Keempat sahabat karibku, terima kasih selalu memberi do'a dan semangat. Terima kasih selalu ada di setiap keluh kesahku sepanjang perkuliahan.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Psikologi Islam yang bersedia memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
10. *Last but not least*, terima kasih untuk diriku. Terima kasih sudah berjuang sejauh ini, dari awal masa perkuliahan sampai terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih untuk tidak menyerah dan selalu percaya pada diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima berbagai kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna di masa yang mendatang.

Kediri, 16 November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Nota Dinas	iv
Halaman Pengesahan	v
Motto	vi
Pernyataan Keaslian Tulisan	vii
Abstrak	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Batasan Masalah	13
F. Penelitian Terdahulu	14
G. Definisi Operasional	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Konsumen	20
B. Kepercayaan Merek	26
C. Persepsi tentang Kualitas Layanan	32
D. Asumsi Penelitian: Dinamika Hubungan Variabel	38
E. Kerangka Teoritis	41
F. Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	43
B. Populasi dan Sampel	44
C. Instrumen Penelitian	44
D. Teknik Pengumpulan Data	49
E. Teknik Analisis Data	49

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
B. Gambaran Umum Indosat Ooredoo Hutchison	58
C. Validasi Instrumen	64
D. Deskripsi Data	66
E. Analisis Data	74

BAB V PEMBAHASAN	91
------------------------	----

BAB VI PENUTUP

A. Simpulan	97
B. Saran	98

Daftar Pustaka	99
----------------------	----

Lampiran-Lampiran.....	103
------------------------	-----

Riwayat Hidup.....	149
--------------------	-----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pengguna Perangkat dan Media	2
Tabel 1.2. Data Lama Penggunaan Media dalam Sehari	3
Tabel 1.3. Situs Web yang Sering Dikunjungi	4
Tabel 1.4. Perusahaan Provider Seluler di Indonesia	5
Tabel 1.5. Penggunaan Provider Seluler pada Mahasiswa Psi. Islam Tahun 2019	6
Tabel 2.1. Tipe Loyalitas Konsumen	22
Tabel 3.1. Skala Likert	45
Tabel 3.2. Skala Loyalitas Konsumen	46
Tabel 3.3. Skala Kepercayaan Merek	47
Tabel 3.4. Skala Persepsi tentang Kualitas Layanan	48
Tabel 4.1. Perubahan Logo Indosat Ooredoo Hutchison	62
Tabel 4.2. Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4.3. Usia Responden	67
Tabel 4.4. Lama Penggunaan Responden	67
Tabel 4.5. Hasil Statistik Persepsi tentang Kualitas Layanan	69
Tabel 4.6. Uji Deskriptif Persepsi tentang Kualitas Layanan	70
Tabel 4.7. Hasil Statistik Kepercayaan Merek	71
Tabel 4.8. Uji Deskriptif Kepercayaan Merek	72
Tabel 4.9. Hasil Statistik Loyalitas Konsumen	73
Tabel 4.10. Uji Deskriptif Loyalitas Konsumen	74
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Persepsi tentang Kualitas Layanan	75
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Kedua Persepsi tentang Kualitas Layanan	76
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Kepercayaan Merek	77
Tabel 4.14. Hasil Uji Validitas Kedua Kepercayaan Merek	78
Tabel 4.15. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen	79
Tabel 4.16. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi tentang Kualitas Layanan	80
Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek	81
Tabel 4.18. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	81
Tabel 4.19. Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4.20. Hasil Uji Multikolinearitas	83

Tabel 4.21. Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 4.22. Hasil Uji t	85
Tabel 4.23. Hasil Uji F	86
Tabel 4.24. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4.25. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Piramida Loyalitas Konsumen	24
Gambar 4.1. Struktur Kepemilikan Saham Indosat Ooredoo Hutchison	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian	110
Lampiran 2 Tabel Jawaban Responden	116
Lampiran 3 Hasil Validasi Ahli (<i>Professional Judgment</i>)	127
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif	133
Lampiran 5 Uji Validitas	136
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	144
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	145
Lampiran 8 Uji Multikolinearitas	146
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas	148
Lampiran 10 Uji Regresi Berganda	150
Lampiran 11 Nota Dinas Pembimbing	152
Lampiran 12 Daftar Konsultasi Pembimbingan	153