

ABSTRAK

Nama / NIM : Nadya Putri / 1200746

Judul : **Hubungan Antara Persepsi Kualitas dengan Loyalitas Pengguna Paket Internet *Provider* Telkomsel.**

Pembimbing : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A

Abstrak

Pengguna paket internet di Indonesia didominasi oleh *provider* Telkomsel. Persepsi yang baik terhadap kualitas membuat konsumen loyal terhadap *provider* Telkomsel. Duriyanto, dkk (2004) persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Griffin (2002) mengatakan bahwa loyalitas konsumen berdasarkan perilaku membeli yaitu pelanggan yang melakukan pembelian berulang secara teratur dan membeli antarlini produk dan jasa, serta konsumen akan mereferensikan kepada orang lain dan menunjukkan kekebalan terhadap tawaran menarik dari pesaing.

Penelitian ini bersifat korelasional yang menghubungkan dua variabel yaitu persepsi kualitas dan loyalitas. Sampel diambil dengan menggunakan teknik *sampling incidental*, dengan jumlah subjek penelitian sebanyak 90 orang. Alat pengumpulan data menggunakan skala yang dikembangkan dari teori persepsi kualitas dari Walgito (2003) sebanyak 31 aitem dan teori loyalitas dari Griffin (2002) sebanyak 31 aitem. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS 16.0 for Window*.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara persepsi kualitas dengan loyalitas pengguna paket internet *provider* Telkomsel di Bukittinggi yaitu dengan nilai r_{xy} sebesar 0,766 dengan $p=0,000$ ($p<0,01$) yang artinya semakin tinggi persepsi kualitas maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna paket internet *provider* Telkomsel di Bukittinggi.

Kata Kunci : Persepsi kualitas, loyalitas, paket internet *provider* Telkomsel.