ABSTRAK

"Pengaruh Nilai Pelanggan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan"
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia)

Oleh: Muhammad Firman
Pembimbing: Dr. Ir. Eddy Soeryanto Soegoto

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Universitas Komputer Indonesia Jl. Dipatiukur No. 112 Bandung. Saat ini pendidikan di Indonesia telah berkembang sangat baik, hal ini ditandai dengan tingkat pertumbuhan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta. Hal ini menandakan bahwa pendidikan di Indonesia sudah berkembang ke arah yang lebih baik, dan dengan tingkat pertumbuhan tersebut menandakan bahwa Bangsa Indonesia sadar akan pentingnya pendidikan. Banyaknya jumlah perguruan tinggi swasta yang ada di Kota Bandung memicu tingkat persaingan yang cukup ketat antar perguruan tunggi, hal ini menimbulkan kondisi perebutan calon mahasiswa antara sesama perguruan tinggi. Dengan tingkat persaingan yang tinggi saat ini perguruan tinggi berlomba-lomba untuk membuat mahasiswanya setia terhadap kampusnya. Hasil survei awal kepada 30 responden menunjukkan bahwa adanya indikasi mahasiswa memiliki tingkat loyalitas yang kurang tinggi, selain itu persentase mahasiswa yang tidak aktif cenderung naik. Nilai pelanggan yang dirasakan mahasiswa juga dirasa kurang optimal sehingga adanya indikasi bahwa tingkat nilai pelanggan belum tinggi. Sedangkan menurut mahasiswa bahwa citra perusahaan yang terbentuk dinilai telah baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Universitas Komputer Indonesia.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Komputer Indonesia yang berjumlah 10399 orang. Metode penarikan sampel mengacu kepada pendekatan *Slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 114 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran variabel nilai pelanggan, citra perusahaan serta loyalitas mahasiswa. Sedangkan metode verifikatif untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dengan loyalitas mahasiswa. Selain itu untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan dengan loyalitas mahasiswa dilakukan pengujian statistik. Pengujian statistik yang digunakan adalah *korelasi pearson*, analisis regresi, korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan software SPSS 18.0 *for windows.*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Nilai pelanggan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 28,9% terhadap loyalitas pelanggan. Begitu pula citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. citra perusahaan memberikan kontribusi pengaruh sebesar 18,4% terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : nilai pelanggan, citra perusahaan, loyalitas pelanggan