



ABSTRAK

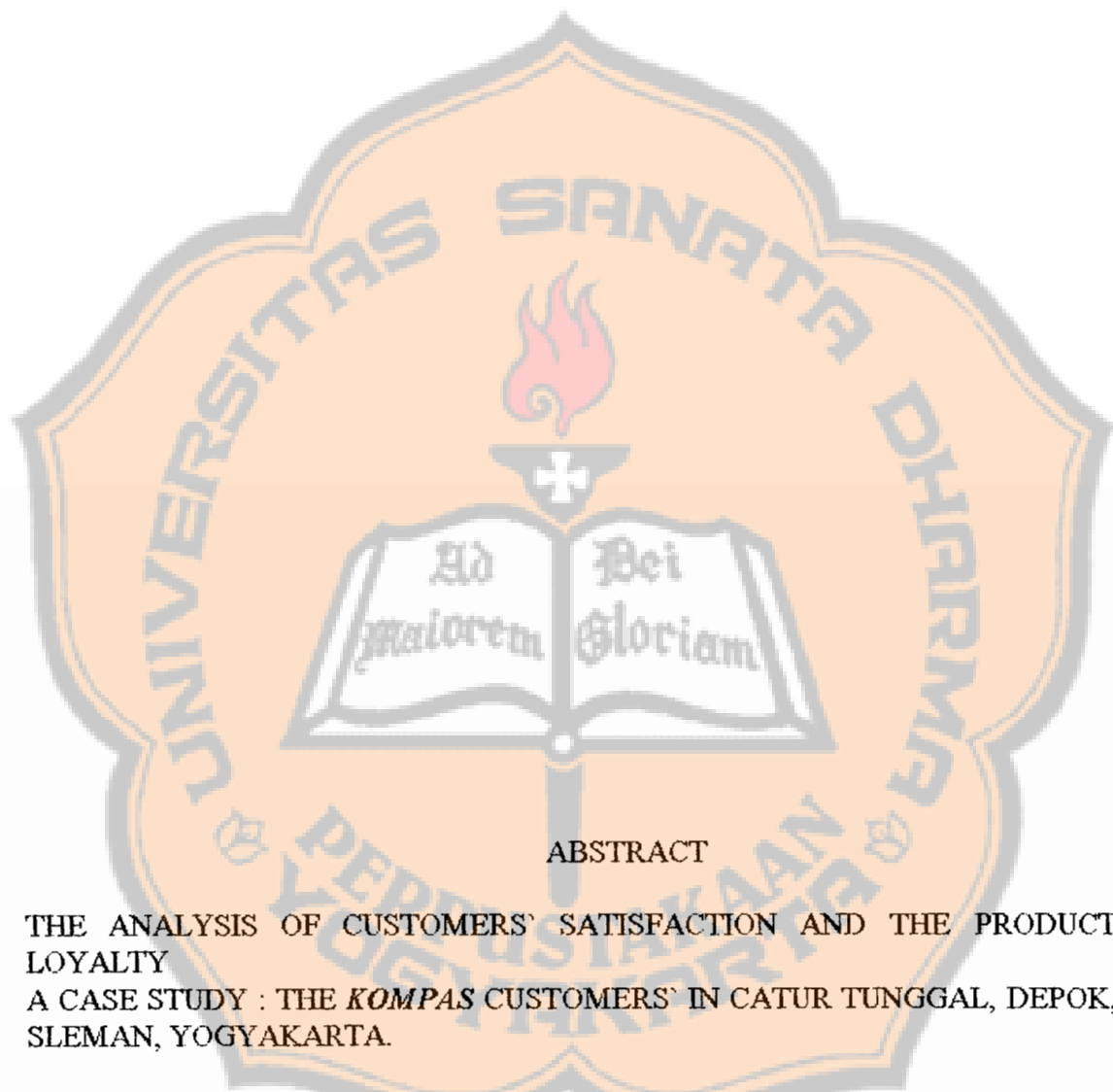
ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN.

STUDI KASUS : PELANGGAN SURAT KABAR HARIAN *KOMPAS* DI DESA CATUR TUNGGA, DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kepuasan yang dicapai pelanggan terhadap isi informasi surat kabar serta untuk mengetahui hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang penulis lakukan adalah penelitian lapangan, yaitu dengan mengadakan survei di lokasi penelitian terhadap pelanggan surat kabar harian *KOMPAS* yang disertai analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif yang dimaksud adalah penggunaan angka-angka untuk menghitung data hasil penelitian. Analisis kuantitatif yang digunakan analisis korelasi *Rank Spearman*, untuk menguji apakah ada hubungan antara kepuasan dengan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan kepuasan yang dicapai pelanggan, adalah sangat puas ada 29 orang pelanggan (36,25%), puas ada 3 orang pelanggan (3,75%) dan kurang puas ada 48 orang pelanggan (60%). Pelanggan yang merasa sangat puas disebabkan oleh kinerja isi informasi telah melebihi apa yang mereka harapkan, pelanggan yang merasa puas disebabkan oleh kinerja isi informasi telah sesuai dengan apa yang mereka harapkan, pelanggan yang kurang puas disebabkan oleh kinerja isi informasi belum sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal ini terjadi dapat dilihat dari : pertama produk jasa yang berupa isi informasi dan dari segi kebutuhan dan



ABSTRACT

THE ANALYSIS OF CUSTOMERS' SATISFACTION AND THE PRODUCT LOYALTY

A CASE STUDY : THE *KOMPAS* CUSTOMERS' IN CATUR TUNGGAL, DEPOK, SLEMAN, YOGYAKARTA.

This research was aimed at finding out the level of the customers' satisfaction with the national newspaper *KOMPAS*, and the relationship between the customers' satisfaction and their product loyalty.

This research was field research that was done by arranging surveys of the customers and then using quantitative analysis. The quantitative analysis was the means used to calculate the data from the research. The quantitative analysis used in this research was primarily the Spearman Rank Correlation coefficient in order to know if there was any correlation between the satisfaction and loyalty of the customers.

The result showed that the level of satisfaction are very satisfied according to 29 customers (36,25%), satisfied for 3 customers (3,75%) and less-satisfied for 48 customers (60%). The very satisfied customers felt that the quality of the information supplied was greater than their expectations. The satisfied customers felt that the quality was equal to their expectations. The less satisfied customers felt that the quality was not suitable with their expectations. This result can be understood based on two