

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS TERHADAP PERSEPSI NILAI (STUDI KASUS : PELANGGAN PENYEDIA JASA INTERNET)

Melvin Odero Purba, DR.Ir. Hotniar Siringoringo.,

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci :

Abstraksi :

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengukur pengaruh persepsi kualitas terhadap persepsi nilai pada pelanggan penyedia jasa internet. Metode penelitian menggunakan kuesioner dengan Likert's Summated Rating (LSR). Dalam penulisan ilmiah ini penulis menyebarkan kuesioner terhadap 100 orang responden yaitu kepada pelanggan penyedia jasa internet perseorangan. Analisis data dilakukan dengan tabulasi silang antar variabel dan metode uji Chi kuadrat menggunakan SPSS 13. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh hubungan antara kualitas PJI dengan nilai PJI adalah lemah, yaitu sebesar 0,231. Lemahnya hubungan tersebut akan memberikan pengaruh positif terhadap kecenderungan mudahnya para pelanggan untuk beralih pada pesaing lainnya.