

ABSTRACT

In the era of rapidly evolving information technology today, people need the internet to interact and do business in cyberspace, whether just browsing, checking email, chatting, using social media, to the evocative text, image or video to a blog or personal site. Developments in information technology and the Internet are also more rapid and widespread. Therefore, PT Telkom makes it easy for customers by providing internet service called Speedy, with the goal of making customers satisfied and loyal.

This study aims to identify and analyze the role of quality of service (X1) on customer loyalty (Y) mediated by customer satisfaction (X2) on Telkom Speedy customers in Bandung. The study was categorized as explanatory research is research that aims to explain the causal relationship between the variables through hypothesis testing. The samples in this study were 130 respondents taken by distributing questionnaires using non-probability sampling method, the method of purposive sampling. Quantitative analysis performed by the method of regression path analysis.

The results showed that the quality of services significantly influence customer satisfaction and have a significant impact on customer loyalty with customer satisfaction mediated, in addition to customer satisfaction has a significant influence on customer loyalty.

Keywords: quality of service, customer satisfaction, customer loyalty.

ABSTRAK

Di dalam era teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini, orang membutuhkan jaringan internet untuk berinteraksi maupun berbisnis di dunia maya, baik sekadar *browsing*, mengecek surat elektronik, bercakap-cakap (*chating*), menggunakan media sosial, hingga menggugah tulisan, gambar atau video ke blog atau situs pribadi. Perkembangan teknologi informasi dan internet juga semakin pesat dan meluas. Oleh karena itu, PT Telkom memberikan kemudahan bagi pelanggannya dengan memberikan layanan internet yang dinamakan Speedy, dengan tujuan membuat pelanggan puas dan loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peranan kualitas layanan (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) yang dimediasi kepuasan pelanggan (X2) pada pelanggan Telkom Speedy di Bandung. Penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden diambil dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yaitu metode *purposive sampling*. Analisis kuantitatif dilakukan dengan metode regresi *path analysis*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi kepuasan pelanggan, selain itu kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Replikasi Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Batasan Penelitian.....	9

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN	
	HIPOTESIS.....	10
2.1.	Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1.	Loyalitas Pelanggan.....	10
2.1.1.1.	Definisi Loyalitas.....	10
2.1.1.2.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	12
2.1.1.3.	Mengukur Loyalitas Pelanggan.....	13
2.1.1.4.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.2.	Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.2.1.	Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.2.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	25
2.1.3.	Pengertian Jasa	28
2.1.3.1.	Sifat-sifat Khusus dari Pemasaran Jasa.....	29
2.1.4	Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.4.1.	Mengukur Kualitas Layanan.....	34
2.1.4.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan.....	36
2.2.	Rerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	37
2.2.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37

2.2.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
2.2.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.2.4. Hasil Penelitian Terdahulu.....	43
2.2.5. Model Penelitian.....	48
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 49
3.1. Desain Penelitian.....	49
3.2. Populasi dan Sampel.....	49
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5. Definisi Operational Variabel dan Pengukuran Variabel.....	51
3.5.1. Variabel Penelitian.....	51
3.5.2. Operasional Variabel.....	52
3.6. Uji Asumsi Klasik.....	60
3.6.1. Uji Normalitas.....	60
3.6.2. Uji Multikolonieritas.....	60
3.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	61
3.6.4. Uji Outliers.....	61
3.7. Uji Instrument Penelitian.....	62
3.7.1. Uji Validitas.....	62
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	62

3.8. Teknik Pengujian Hipotesis Penelitian.....	63
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1. Karakteristik Responden.....	65
4.2. Hasil Kuisisioner Penelitian.....	69
4.3. Hasil Pengujian Validitas, Reliabilitas, Asumsi Klasik.....	86
4.4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	97
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	101
 DAFTAR PUSTAKA.....	104
 LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	20
Gambar 2.2 Model Penelitian <i>SERVQUAL – Customer Satisfaction – Customer Loyalty</i>	48
Gambar 4.1 Pengaruh <i>SERVQUAL & Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..... 16
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Terdahulu..... 43
Tabel 3.1	Definisi Operational dan Pengukuran Variabel..... 53
Tabel 3.2	Operasional Variabel Pembobotan Nilai..... 60
Tabel 4.1	Jenis Kelamin..... 65
Tabel 4.2	Usia..... 65
Tabel 4.3	Pekerjaan 66
Tabel 4.4	Penggunaan internet Telkom Speedy..... 67
Tabel 4.5	Pendapatan/bulan..... 67
Tabel 4.6	Lama Berlangganan Telkom Speedy..... 68
Tabel 4.7	Variabel Kualitas Pelayanan..... 70
Tabel 4.8	Tangible 72
Tabel 4.9	Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Tangible..... 73
Tabel 4.10	Reliability 74
Tabel 4.11	Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Reliability..... 75
Tabel 4.12	Responsiveness 76
Tabel 4.13	Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Responsiveness..... 77
Tabel 4.14	Assurance 78
Tabel 4.15	Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Assurance 79
Tabel 4.16	Emphaty 80

Tabel 4.17	Jawaban responden tentang pernyataan dimensi Emphaty	81
Tabel 4.18	Variabel Kepuasan Pelanggan.....	82
Tabel 4.19	Jawaban responden tentang pernyataan Kepuasan Pelanggan	83
Tabel 4.20	Variabel Loyalitas Pelanggan.....	84
Tabel 4.21	Jawaban responden tentang pernyataan Loyalitas Pelanggan.....	85
Tabel 4.22	Uji Validitas Awal.....	85
Tabel 4.23	Uji Validitas Akhir.....	87
Tabel 4.24	Uji Reliabilitas (Tangible).....	89
Tabel 4.25	Uji Reliabilitas (Reliability).....	90
Tabel 4.26	Uji Reliabilitas (Responsiveness).....	90
Tabel 4.27	Uji Reliabilitas (Assurance).....	91
Tabel 4.28	Uji Reliabilitas (Empathy).....	92
Tabel 4.29	Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan.....	93
Tabel 4.30	Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan	93
Tabel 4.31	Uji Normalitas.....	94
Tabel 4.32	Uji Multikolinieritas.....	95
Tabel 4.33	Uji Heteroskedastisitas.....	96
Tabel 4.34	Uji Outliers.....	96
Tabel 4.35	Analisis Regresi Berganda.....	97
Tabel 4.36	Analisis Regresi Sederhana.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisisioner Penelitian
- Lampiran II Hasil Kuisisioner Penelitian
- Lampiran III Hasil Uji Validitas & Reliabilitas
- Lampiran IV Asumsi Klasik
- Lampiran V Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

