

ABSTRACT

Customer loyalty for the company can be obtained by creating customer satisfaction. Many factors can create customer satisfaction, the research views of service quality and price. This study tried to identify the effect of customer satisfaction on customer loyalty of PT Telkom Speedy internet at the Faculty of Economics, University Maranatha Christian. Samples were taken using purposive sampling method. Path analysis models used in this study as a model of data analysis. Results of research show that there is a direct influence service quality against customer satisfaction amounted to 37.6% and price of influential direct against customer satisfaction is amounted to 35.7%. Then the quality of service is not indirectly affect on customer loyalty, and price is not indirectly affect on customer loyalty. Last was no effect of customer satisfaction on customer loyalty.

Key words: Quality Of Service, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan bagi perusahaan dapat diperoleh dengan menciptakan kepuasan pelanggan. Banyak faktor yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan, dalam penelitian dilihat dari kualitas layanan dan harga. Penelitian ini mencoba mengidentifikasi pengaruh loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan internet Speedy dari PT Telkom pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha. Sampel diambil menggunakan metode *purposive sampling*. Model Path Analysis digunakan dalam penelitian ini sebagai model analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 37,6% dan harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 35,7%. Kemudian kualitas layanan tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan, dan harga tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Terakhir adalah tidak ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Harga, 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
Kata Pengantar	v
<i>Abstract</i>	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiv
Daftar Tabel	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	9
2.1.3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
2.1.4. Harga	16
2.1.4.1 Penetapan Harga	18
2.1.5. Produk	22

2.1.5.1 Klasifikasi Produk	22
2.1.5.2 Karakteristik Produk	24
2.1.5.3 Penggolongan Produk	25
2.1.5.4 Tingkatan Produk	25
2.1.5.5 Hierarki Produk	26
2.1.6. Kualitas Pelayanan	28
2.1.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.1.6.2 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan	30
2.1.6.3 Pelayanan yang Diharapkan Pelanggan	31
2.1.6.4 Pelayanan yang Dipersepsikan Pelanggan	34
2.1.6.5 Strategi Pelayanan	36
2.1.6.6 Konsep Strategi Persaingan Dalam Pelayanan	38
2.1.7. Kepuasan Pelanggan	39
2.1.7.1 Defenisi Kepuasan	39
2.1.7.2 Model Kepuasan Pelanggan	40
2.1.7.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	41
2.1.7.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	44
2.1.7.5 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	46
2.1.8. Loyalitas	49
2.1.8.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	49
2.1.8.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen	50
2.1.8.3 Jenis-jenis Loyalitas	51
2.1.9. Penelitian Terdahulu	53
2.2. Rerangka Pemikiran	57
2.3. Rerangka Teoritis	60
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	62

2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
2.3.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	65
2.4. Model Penelitian	67
2.5. Hipotesis Penelitian	67
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	69
3.2. Populasi dan Sampel	69
3.3. Teknik Pengambilan Sampel	70
3.4. Teknik Pengumpulan Data	70
3.5. Operasionalisasi Variabel	71
3.6. Uji Validitas Instrumen Penelitian	73
3.7. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	73
3.8. Uji Asumsi Klasik	74
3.8.1. Uji Normalitas	74
3.8.2. Uji Multikolineritas	75
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas	75
3.8.4. Uji Outliers	76
3.9. Rancangan Pengujian Hipotesis	76
3.9.1. Path Analisis	76
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Karakteristik Responden.....	79
4.1.1 Usia	79
4.1.2 Penggunaan Internet / Bulan	79
4.1.3 Pengeluaran Responden Sebulan	80
4.2. Hasil Kuisioner Penelitian	81
4.2.1 Kualitas Layanan 1 (KL1)	81

4.2.2 Kualitas Layanan 2 (KL2)	81
4.2.3 Kualitas Layanan 3 (KL3)	82
4.2.4 Kualitas Layanan 4 (KL4)	82
4.2.5 Kualitas Layanan 5 (KL5)	83
4.2.6 Kualitas Layanan 6 (KL6)	83
4.2.7 Harga 7 (H7)	84
4.2.8 Harga 8 (H8)	84
4.2.9 Harga 9 (H9)	85
4.2.10 Kepuasan Pelanggan 10 (KP10)	85
4.2.11 Kepuasan Pelanggan 11 (KP11)	86
4.2.12 Kepuasan Pelanggan 12 (KP12)	86
4.2.13 Loyalitas Pelanggan 13 (LP13)	87
4.2.14 Loyalitas Pelanggan 14 (LP14)	87
4.2.15 Loyalitas Pelanggan 15 (LP15)	88
4.3. Hasil Pengujian Validitas Reliabilitas dan Asumsi Klasik	88
4.3.1 Uji Validitas	88
4.3.2 Uji Reliabilitas	90
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	93
4.4. Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	96

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	101
5.2. Saran.....	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 1 Hubungan antara dimensi SERVQUAL dengan sepuluh dimensi asli (Original) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan	31
Gambar. 2 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pelanggan atas pelayanan	36
Gambar. 3 Komponen-komponen proses strategi bisnis	38
Gambar. 4 Konsep kepuasan pelanggan	41
Gambar. 5 Rerangka pemikiran	57
Gambar. 6 Rerangka teoritis	60
Gambar. 7 Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	99

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian ini	54
Tabel II Operasionalisasi variabel penelitian	71
Tabel III Usia	79
Tabel IV Penggunaan internet / bulan	79
Tabel V Pengeluaran responden sebulan.....	80
Tabel VI Kualitas Layanan 1	81
Tabel VII Kualitas Layanan 2	81
Tabel VIII Kualitas Layanan 3	82
Tabel IX Kualitas Layanan 4	82
Tabel X Kualitas Layanan 5	83
Tabel XI Kualitas Layanan 6	83
Tabel XII Harga 7	84
Tabel XIII Harga 8	84
Tabel XIV Harga 9	85
Tabel XV Kepuasan Pelanggan 10	85
Tabel XVI Kepuasan Pelanggan 11	86
Tabel XVII Kepuasan Pelanggan 12	86
Tabel XVIII Loyalitas Pelanggan 13	87
Tabel XIX Loyalitas Pelanggan 14	87
Tabel XX Loyalitas Pelanggan 15	88
Tabel XXI Uji validitas awal	88
Tabel XXII Uji validitas akhir	89
TabelXXIII Uji reliabilitas (kualitas pelayanan)	90
Tabel XXIV Uji reliabilitas (harga)	91
Tabel XXV Uji reliabilitas (kepuasan pelanggan)	92
Tabel XXVI Uji reliabilitas (loyalitas pelanggan)	93

Tabel XXVII Uji outliers	93
Tabel XXVIII Uji normalitas	94
Tabel XXIX Uji multikolonieritas	95
Tabel XXX Uji heteroskedastiditas	95
Tabel XXXI Analisis regresi linier berganda	96
Tabel XXXII Model summary.....	98
Tabel XXXIII Analisis regresi berganda	98
Tabel XXXIV Hasil penelitian	99