

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisa pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan *provider* Telkomsel di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Untuk itu, peneliti melakukan penelitian dengan melakukan pengambilan data pada responden mahasiswa Fakultas Ekonomi pengguna *provider* Telkomsel di Universitas Kristen Maranatha Bandung. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian *causal explanatory*, dengan populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang menggunakan *provider* Telkomsel. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *provider* Telkomsel yang sudah atau sedang menggunakan *provider* Telkomsel minimal tiga bulan dan yang sudah membeli paket internet minimal tiga kali. Metode *Nonprobability sampling* yang dipakai adalah *sampling purposive*. Perolehan data primer dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang diteliti untuk dijadikan responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan metode regresi *intervening*. Berdasarkan uji hipotesis dengan regresi *intervening*, peneliti menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0.638, Kualitas Layanan terhadap Loyalitas sebesar 0.242, Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas sebesar 0.683, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan mediasi Kepuasan Pelanggan sebesar  $(0.638) \times (0.683) = 0.436$ . Peneliti menyarankan kepada pihak Telkomsel untuk dapat mempertahankan kualitas layanan, yang saat ini dirasa oleh konsumen sudah mencukupi (ditandai dengan banyaknya jawaban “setuju”) dari jawaban. Untuk itu, perusahaan dapat terus berusaha meningkatkan kualitas layanan di waktu-waktu yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

*The purposive of this study is to test and analyze the influence between the service quality to customer loyalty mediated by customer satisfaction provider Telkomsel in Maranatha Christian University Bandung. To that end, researchers conducted a study by collecting data on respondents students faculty of Economics university user provider Telkomsel in Maranatha Christian University Bandung. This type of research uses the type of causal explanatory research, with the population taken in this study is students of economic faculty of Maranatha Christian University that uses the provider Telkomsel. The sample in this study are students that use provider Telkomsel already or are currently using provider Telkomsel at least three months and who are buying internet packages at least three times. Nonprobability sampling method used is the purposive sampling. Aquisition of primary data can be done by distributing questionnaires to consumers who researched to be respondent. Tecnique of data analysis in this study uses regression methods of intervening. Based on the hypothesis test with intervening regression, researchers found the existence of significant influence between the quality of service towards customers satisfaction of 0.683, service quality against the loyalty of 0.242, customer satisfaction against 0.683 of loyalty, and the qualit of the service against customer loyalty mediated by customer satisfaction of  $(0.638) \times (0.683) = 0.436$ . researchers suggested to Telkomsel to be able to maintain the quality of service, which is currently perceived by the consumer is sufficient (marked from the number of answers "agree") of the answers. To that end, the company can continue to improve the quality of service in the times that will come, so as to improve customers satisfaction and loyalty of consumers.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (BAHASA INDONESIA) .....	i
HALAMAN JUDUL (BAHASA INGGRIS) ..	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
PERNYATAAN TIDAK MENGGUNAKAN DATA PERUSAHAAN.....	v
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GRAFIK .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
BAB II: LANDASAN TEORI .....	13
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	13
2.1.2 Entitas Pemasaran .....	13
2.2 Jasa .....	14
2.2.1 Sektor Jasa .....	15
2.2.2 Kategori Bauran Jasa .....	15
2.2.3 Trend Utama Dalam Pelayanan Pelanggan .....	19
2.3 Kualitas Layanan .....	22
2.4 Kepuasan Pelanggan .....	36
2.4.1 Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen .....	39
2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	40
2.5 Loyalitas Pelanggan .....	42
2.5.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	43
2.5.2 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen .....	45
2.5.3 Tahapan Loyalitas Konsumen .....	46
2.5.4 Merancang Dan Menciptakan Loyalitas .....	48
2.5.5 Keuntungan-Keuntungan Konsumen Yang Loyal .....	49
2.6 Riset Empiris .....	52
2.7 Rerangka Teori .....	60
2.8 Rerangka Pemikiran .....	61
2.9 Pengembangan hipotesis .....	62
2.10 Model Penelitian .....	66

BAB III: METODE PENELITIAN .....	67
3.1 Jenis Penelitian .....	67
3.2 Populasi dan Sampel .....	68
3.3 Ukuran Sampel .....	68
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	68
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	69
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	71
3.7 Uji Pendahuluan .....	72
3.7.1 Uji Reliabilitas .....	72
3.7.2 Uji Validitas .....	72
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	73
3.7.3.1 Uji Normalitas .....	73
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas .....	74
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	75
3.8 Teknik Analisis Data .....	76
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 78
4.1 Gambaran Umum Responden .....	78
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	79
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	80
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>provider</i> Telkomsel .....	81
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Minimal Tiga Bulan .....	82
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Paket Internet Minimal Tiga Kali .....	83
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	84
4.2.1 Frekuensi Item Pernyataan nomor 1 .....	84
4.2.2 Frekuensi Item Pernyataan nomor 2 .....	85
4.2.3 Frekuensi Item Pernyataan nomor 3 .....	86
4.2.4 Frekuensi Item Pernyataan nomor 4 .....	87
4.2.5 Frekuensi Item Pernyataan nomor 5 .....	88
4.2.6 Frekuensi Item Pernyataan nomor 6 .....	89
4.2.7 Frekuensi Item Pernyataan nomor 7 .....	90
4.2.8 Frekuensi Item Pernyataan nomor 8 .....	91
4.2.9 Frekuensi Item Pernyataan nomor 9 .....	92
4.2.10 Frekuensi Item Pernyataan nomor 10 .....	93
4.2.11 Frekuensi Item Pernyataan nomor 11 .....	94
4.2.12 Frekuensi Item Pernyataan nomor 12 .....	95
4.2.13 Frekuensi Item Pernyataan nomor 13 .....	96
4.2.14 Frekuensi Item Pernyataan nomor 14 .....	97
4.2.15 Frekuensi Item Pernyataan nomor 15 .....	98
4.2.16 Frekuensi Item Pernyataan nomor 16 .....	99
4.2.17 Frekuensi Item Pernyataan nomor 17 .....	100
4.2.18 Frekuensi Item Pernyataan nomor 18 .....	101
4.2.19 Frekuensi Item Pernyataan nomor 19 .....	102
4.2.20 Frekuensi Item Pernyataan nomor 20 .....	103
4.2.21 Frekuensi Item Pernyataan nomor 21 .....	104
4.2.22 Frekuensi Item Pernyataan nomor 22 .....	105

4.2.23 Frekuensi Item Pernyataan nomor 23 .....	106
4.3 Uji Kecukupan Sampel .....	107
4.4 Uji Instrumen .....	107
4.4.1 Uji Validitas .....	108
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	109
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	111
4.5.1 Uji Normalitas .....	111
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas .....	113
4.5.3 Uji Multikolinearitas .....	114
4.6 Pengujian Hipotesis .....	115
4.6.1 Pengujian Hipotesis 1 .....	115
4.6.2 Pengujian Hipotesis 2 .....	116
4.6.3 Pengujian Hipotesis 3 .....	117
4.6.4 Pengujian Hipotesis 4 .....	118
4.6.5 Ringkasan Hasil Penelitian .....	120
4.7 Pembahasan .....	121
4.8 Perbandingan Dengan Riset Empiris .....	123
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
5.1 Kesimpulan .....	124
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	125
5.3 Implikasi Manajerial .....	125
5.4 Saran .....	126
5.4.1 Peneliti .....	126
5.4.2 Perusahaan .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>133</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS (CURRICULUM VITAE) .....</b>	<b>156</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar Pelanggan Seluler Indonesia 2015 .....	7
Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Operator Seluler 2016 .....	8
Gambar 2.1 Rerangka Teori .....	60
Gambar 2.2 Model Penelitian .....	66
Gambar 4.1 Ringkasan Hasil Penelitian .....	120



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Riset Empiris .....	52
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	70
Tabel 3.2 Skala Likert .....	72
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	78
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	79
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	80
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Provider</i> Telkomsel .....	81
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Minimal Tiga Bulan .....	82
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Paket Internet Minimal Tiga Kali .....	83
Tabel 4.7 Frekuensi Item Pernyataan nomor 1 .....	84
Tabel 4.8 Frekuensi Item Pernyataan nomor 2 .....	85
Tabel 4.9 Frekuensi Item Pernyataan nomor 3 .....	86
Tabel 4.10 Frekuensi Item Pernyataan nomor 4 .....	87
Tabel 4.11 Frekuensi Item Pernyataan nomor 5 .....	88
Tabel 4.12 Frekuensi Item Pernyataan nomor 6 .....	89
Tabel 4.13 Frekuensi Item Pernyataan nomor 7 .....	90
Tabel 4.14 Frekuensi Item Pernyataan nomor 8 .....	91
Tabel 4.15 Frekuensi Item Pernyataan nomor 9 .....	92
Tabel 4.16 Frekuensi Item Pernyataan nomor 10 .....	93
Tabel 4.17 Frekuensi Item Pernyataan nomor 11 .....	94
Tabel 4.18 Frekuensi Item Pernyataan nomor 12 .....	95
Tabel 4.19 Frekuensi Item Pernyataan nomor 13 .....	96
Tabel 4.20 Frekuensi Item Pernyataan nomor 14 .....	97
Tabel 4.21 Frekuensi Item Pernyataan nomor 15 .....	98
Tabel 4.22 Frekuensi Item Pernyataan nomor 16 .....	99
Tabel 4.23 Frekuensi Item Pernyataan nomor 17 .....	100
Tabel 4.24 Frekuensi Item Pernyataan nomor 18 .....	101
Tabel 4.25 Frekuensi Item Pernyataan nomor 19 .....	102
Tabel 4.26 Frekuensi Item Pernyataan nomor 20 .....	103
Tabel 4.27 Frekuensi Item Pernyataan nomor 21 .....	104
Tabel 4.28 Frekuensi Item Pernyataan nomor 22 .....	105
Tabel 4.29 Frekuensi Item Pernyataan nomor 23 .....	106
Tabel 4.30 Hasil Uji Kecukupan Sampel .....	107
Tabel 4.31 Hasil Uji Validitas .....	108
Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas: Kualitas Layanan .....	110
Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas: Kepuasan Pelanggan .....	110
Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas: Loyalitas Pelanggan .....	110
Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinieritas .....	114
Tabel 4.36 Hasil Uji Hipotesis 1 .....	115
Tabel 4.37 Hasil Uji Hipotesis 2 .....	116
Tabel 4.38 Hasil Uji Hipotesis 3 .....	117
Tabel 4.39 Hasil Uji Hipotesis 4 .....	118

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas: Histogram .....	111
Grafik 4.2 Hasil Uji Normalitas: Normal P-Plot of Regression Standardized Residual ...	112
Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas: Scatterplot .....	113





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	130
Lampiran 2 Gambar Umum Responden .....	133
Lampiran 3 Analisis Statistik Deskriptif .....	135
Lampiran 4 Uji Kecukupan Sampel .....	143
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	144
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik .....	147
Lampiran 7 Pengujian Hipotesis .....	149

