

## ABSTRAK

Telkomsel sebagai *provider* yang memimpin pasar Indonesia, ingin berusaha menjaga posisinya dalam persaingan sebagai *market leader*. Dengan jaringannya yang luas dibanding dengan para pesaingnya. Untuk mempertahankan hal tersebut salah satu hal yang harus dilakukan Telkomsel adalah dengan selalu berinovasi dan memahami betul apa yang dibutuhkan oleh konsumennya sesuai dengan perkembangan jaman. Dengan begitu semakin banyak orang yang akan tertarik menggunakan Telkomsel, sehingga konsumen akan terus meningkat.

Ketatnya persaingan dalam industri telekomunikasi di Indonesia memungkinkan konsumen untuk beralih dari satu *provider* ke *provider* lainnya. Untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya, *provider* telepon seluler dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif. Diantaranya adalah dengan meningkatkan kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan pengembangan program loyalitas guna meningkatkan loyalitas konsumennya. Hingga sejauh ini belum diketahui seberapa efektif kualitas layanan yang diberikan, tingkat kepuasan konsumen saat ini, dan program loyalitas yang dikembangkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Telkomsel.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan program loyalitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan model Analisis Regresi Linier Berganda dengan alat bantu analisis menggunakan program aplikasi SPSS versi 18.0. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan program loyalitas berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

**Keywords:** Kualitas layanan, Kepuasan pelanggan, program loyalitas, loyalitas pelanggan, analisis regresi linear berganda, SPSS 18.0.

## **ABSTRACT**

*Telkomsel as the market leader provider in Indonesia, want to try to maintain its position as market leader in the competition. With its extensive network compared with its competitors. To maintain that one of the things that must be done Telkomsel is to always innovate and understand exactly what is needed by customers in accordance with the changing times. With so more people will be interested in using Telkomsel, so that consumers will continue to increase.*

*Intense competition in the telecommunications industry in Indonesia allows consumers to switch from one provider to another provider. To maintain and increase its market share, the mobile phone provider is required to implement an effective marketing strategy. Among them is to improve service quality, customer satisfaction, and loyalty program development to increase customer loyalty. So far not known how effective the quality of services provided, the current level of customer satisfaction and loyalty programs that are developed can increase customer loyalty Telkomsel.*

*The results showed that all dimensions of service quality, customer satisfaction and loyalty programs positively affects customer loyalty.*

*This study was conducted using a model Regression Analysis with analysis tool using the application program SPSS version 18.0. From this study showed that the quality of service, customer satisfaction and loyalty programs positively affects customer loyalty.*

**Keywords:** *Service quality, customer satisfaction, loyalty programs, customer loyalty, multiple linear regression analysis, SPSS 18.0.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS .....	ii
PERNYATAAN PENELITIAN MENGGUNAKAN DATA PRIMER .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Teoretis .....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Kualitas Layanan .....	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan .....	11

2.1.3	Program Loyalitas .....	14
2.1.4	Loyalitas Pelanggan .....	15
2.2	Penelitian Terdahulu .....	19
2.3	Kerangka Pemikiran .....	24
2.4	Model Penelitian .....	26
2.5	Pengembangan Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	28
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian .....	28
3.3	Operasionalisasi Variabel .....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.5	Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>35</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	35
4.1.1	Hasil Pengujian Kuesioner .....	35
4.1.1.1	Uji Validitas .....	35
4.1.4.2	Uji Reliabilitas .....	38
4.1.2	Hasil Analisis Deskriptif .....	39
4.1.2.1	Kualitas Layanan .....	39
4.1.2.2	Kepuasan Pelanggan .....	41
4.1.2.3	Program Loyalitas .....	42

4.1.2.4	Loyalitas Pelanggan.....	43
4.1.3	Hasil Analisis Verifikatif .....	44
4.1.3.1	Hasil Pengujian Asumsi.....	45
4.1.3.1.1	Hasil Uji Normalitas .....	45
4.1.3.1.2	Hasil Uji Multikolinieritas .....	46
4.1.3.1.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.1.3.2	Hasil Analisis Regresi .....	49
4.1.3.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Program Loyalitas terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
4.2	Pembahasan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		61