

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL
DENGAN KEPUASAAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS
SRIWIJAYA INDRALAYA**



ASLI
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNSRI
30/01/2021

Skripsi Oleh:

M. AGUNG PRATAMA

01011281621105

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAA
LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA
MAHASISWA UNVERSTAS
SRIWIJAYA INDRALAYA

Disusun oleh:

Nama : M. Agung Pratama

NIM : 01011281621105

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam Ujian Komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua



Tanggal : 21 Oktober 2020

Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

Anggota



Tanggal : 18 November 2020

Welly Nailis, S.E., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL DENGAN KEPUASAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA

Disusun oleh :

Nama : M. Agung Pratama
NIM : 0101281621105
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran



Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 28 Desember 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Palembang, 28 Desember 2020

Panitia Ujian Komprehensif

Ketua

A handwritten signature in black ink, consisting of a horizontal line followed by a vertical line and a small flourish.

Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

Anggota

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of connected loops and a final vertical stroke.

Welly Nailis, S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

Penguji

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of connected loops and a final vertical stroke.

Dessy Yunita S.E., M.M., M.B.A.
NIP. 198106302014092003

Mengetahui
Ketua Jurusan Manajemen

A handwritten signature in black ink, consisting of a series of connected loops and a final vertical stroke.

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : M. Agung Pratama
NIM : 01011281621105
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan Dengan Sesungguhnya Bahwa Skripsi Yang Berjudul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL DENGAN
KEPUASAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA

Pembimbing :

Ketua : Drs. H. A. Widad, M.Sc
Anggota : Welly Nailis S.E., M.M.
Tanggal Ujian : 28 Desember 2020

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, 11 Januari 2021

Pembuat Pernyataan



M. Agung Pratama
NIM. 01011281621105

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan terlalu bergantung kepada siapapun di dunia ini, karena bayanganmu saja akan meniggalkanmu dalam kegelapan”

- Ibnu Tamiyyah

“Art is an explosion!”

- Deidara

“Mengeluh akan suatu keadaan adalah sia-sia, tapi jika sekali-kali tidak apa karena kita manusia”

- Tesfaye Webster

Kupersembahkan untuk:

- **Ayah Bunda Tercinta**
- **Saudara-saudaraku tercinta**
- **Teman-temanku**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Operator Telkomsel dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya.”

Adapun tujuan dari penelitian serta penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam program Strata Satu (S-1) di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Indralaya.

Tentunya selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak.

Palembang, 11 Januari 2021

Penulis



M. Agung Pratama

NIM. 01011281621105

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dalam penulisan Skripsi ini. Maka perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. **Allah SWT** yang telah melimpahkan segala nikmat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan studi saya hingga ke tahap ini. Rasa syukur tak hentinya saya ucapkan atas doa-doa yang telah dikabulkan-Nya.
2. **Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. **Bapak Prof. Dr. Mohd Adam, S.E, M.E** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. **Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph.d,** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. **Dr. Kemas Thamrin, S.E., M.M.** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
6. **Drs. H. A. Widad, M.Sc.** selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah mendukung dan memberikan waktu untuk membantu dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas wejangan, nasihat, saran dan ilmu-ilmu yang telah bapak berikan.
7. **Welly Nailis S.E., M.M.** selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah bersedia membimbing serta memberikan saran dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih atas waktu yang sudah bapak luangkan, kesabaran dalam membimbing penulis dalam melakukan penelitian ini.
8. **Dessy Yunita, S.E, M.M., M.B.A.,** selaku dosen penguji saya. Terimakasih atas bantuannya dan sudah bersedia memberikan kritik dan saran yang sangat membangun dalam skripsi ini.

9. **Seluruh dosen, dan Pegawai Fakultas Ekonomi** khususnya jurusan manajemen, yang sangat berjasa dalam membentuk pemahaman dan pola pikir saya selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
10. Kedua orang tua yang tercinta, Ayahanda **Sugeng Sentoso S.Sos** dan Ibunda **Suryanti Dewi** yang selalu memberikan dukungan secara moril dan materil, semangat, motivasi, kesabaran dan doa yang tak henti-hentinya dilantunkan.
11. Untuk semua keluarga saya, kakek dan nenek saya tercinta kakek Alm. **Warta** dan nenek **Uminah**, bulek saya **Mila Sari Dewi** beserta anggota keluarga lainnya. Terima kasih untuk kasih sayang yang tidak pernah usai, serta doa tulus tiada henti yang kalian ucapkan mampu membawa penulis sampai ke titik ini.
12. Kepada teman hidupku, **Efni Iqwani**. Terimakasih atas segala bantuan dan kesabaran yang begitu besar, dukungan, serta selalu menjadi penenang dikala resah, menjadi penyemangat dikala terpuruk, tempat berbagi, dan terima kasih untuk segalanya.
13. Untuk sobat saya, **Hansen Wiedharko**. Saya tidak tahu harus berkata apa tapi yang jelas saya sangat berterima kasih atas kebaikanmu selama ini. Semoga kita mampu mewujudkan impian kita ya *bro*.
14. Kepada sahabat kantin lestari Angkatan 2016, **Rizky, Paul, Azry, Raden Jodi, Tama, Endi, Anjas, Deo, Ari**. Adalah suatu keberuntungan bertemu manusia-manusia unik ini. Terima kasih atas komedi yang telah meredakan perih di hati. Penulis berharap dapat terus terjalin silaturahmi diantara kita dan tak saling melupakan, agar kebiasaan *sharing* hal-hal kecil terus lestari.
15. Organisasi-organisasiku, **BEM FE UNSRI, IMAJE, dan Koperasi Mahasiswa** sebagai wadah penulis dalam mengembangkan diri, menemukan teman-teman, pengalaman, serta pengetahuan-pengetahuan baru yang mungkin tidak penulis dapatkan di dalam kelas.

16. **Teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2016** Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membantu dengan memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih telah membantu dan memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Palembang, 11 Januari 2021

Penulis



M. Agung Pratama

NIM. 01011281621105

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN OPERATOR TELKOMSEL DENGAN KEPUASAAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA

Oleh:
M. Agung Pratama

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen operator Telkomsel dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Telkomsel yang merupakan mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan membagikan kuisioner kepada 100 mahasiswa pengguna Telkomsel. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari pembagian kuisioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan uji sobel untuk menguji variabel *intervening*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi berganda model I mendapatkan hasil sebesar 0.440 dan 0.435 yang artinya kualitas layanan dan harga secara langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada persamaan regresi berganda model II mendapatkan hasil 0.004 dan 0.198, yang artinya kualitas layanan dan harga secara langsung tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil dari uji sobel mendapatkan hasil sebesar 4.29371833 dan 3.05114627, yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan sebagai variabel *intervening* dan dapat menjadi mediasi antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE ON LOYALTY TELKOMSEL OPERATOR CONSUMERS WITH SATISFACTION CONSUMERS AS INTERVENING VARIABLE ON SRIWIJAYA INDRALAYA UNIVERSITY STUDENTS

By:

M. Agung Pratama

Drs. H. A. Widad, M.Sc; Welly Nailis S.E., M.M

This study aims to find out the influence of service quality and price on telkomsel operator customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable. The population in this study is Telkomsel users who are students of Sriwijaya University Indralaya campus. The data collection technique is distributing questionnaires to 100 students who used Telkomsel. This study used primary data obtained from the division of questionnaires. The analytical techniques in this study used multiple linear regression and sobel tests to test intervening variables. The results of this study showed that the multiplied regression equation of model I is 0.440 and 0.435, which is means service quality and price directly have a positive and significant influence on consumer satisfaction. Whereas in model II multiple regression equations is 0.004 and 0.198, which is means service quality and price directly have no significant influence on consumer loyalty. And the results of the sobel test is 4.29371833 and 3.05114627, show that consumer satisfaction has a significant influence as an intervening variable and can be a mediation between the quality of service and price towards consumer loyalty.

Keywords: Service Quality, Price, Consumers Satisfaction, Consumers Loyalty

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : M. Agung Pratama
NIM : 01011281621105
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Operator Telkomsel dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya, dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Pembimbing 1



Drs. H. A. Widad, M.Sc.
NIP. 195512281981021002

Pembimbing 2



Welly Nailis S.E., M.M.
NIP. 197407102008011011

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : M. Agung Pratama
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 16 Maret 1999
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Lr. SD Sukamaju No.03 RT.38 RW.02
Kel. Sukamaju Kec. Sako Kota
Palembang
Alamat Email : aguungprtmaaa19@gmail.com



PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2004-2010 : SD Islam Darussalam Palembang
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 14 Palembang
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 14 Palembang
Tahun 2016-2020 : S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sriwijaya

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Staff Ahli Polkastrat BEM KM FE UNSRI (2017-2018)
2. Kepala Divisi Riset dan Pengembangan Produk Koperasi Mahasiswa FE UNSRI (2017-2018)
3. Manajer *Public Relation* IMAJE FE UNSRI (2018-2019)

PENGALAMAN KERJA

1. *Volunteer Asian Games ke-18 Jakarta-Palembang* (2018)
2. *Radio Announcer* di Radio Suara Pesona Indah (2019)
3. Magang Bank Mandiri dalam Program Magang Mahasiswa Bersertifikat FHCI (2020)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
RIWAYAT HIDUP.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Kualitas Layanan	11
2.1.1 Pengertian Kualitas Layanan.....	11
2.1.2 Dimensi Kualitas Layanan	11
2.2. Harga	12
2.2.1 Pengertian Harga.....	12
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	12
2.2.3 Strategi Penetapan Harga	13
2.2.4 Indikator Harga	13
2.3. Kepuasan Konsumen	14

2.3.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
2.3.3	Indikator Kepuasan Konsumen	15
2.4.	Loyalitas Konsumen.....	16
2.4.1	Pengertian Loyalitas Konsumen	16
2.4.2	Jenis Loyalitas Konsumen.....	17
2.4.3	Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	17
2.4.4	Manfaat Loyalitas Konsumen	18
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	19
2.6.	Kerangka Konseptual	24
2.7.	Hipotesis	25
BAB III		26
METODE PENELITIAN.....		26
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian	26
3.2.	Rancangan Penelitian	26
3.3.	Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Sumber Data.....	27
3.4.	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5.	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6.	Uji Instrumen.....	30
3.6.1	Uji Validitas	33
3.6.2	Uji Realibilitas	33
3.7.	Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1	Uji Normalitas.....	33
3.7.2	Uji Multikolinearitas	34
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.8.	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.9.	Uji Hipotesis.....	36

3.9.1	Koefisien Deteminasi (R^2)	36
3.9.2	Uji T	36
3.9.3	Uji F	37
3.9.4	Uji Sobel	38
3.10.	Definisi Operasional	39
BAB IV		43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		43
4.1.	Hasil Penelitian.....	43
4.2.	Gambaran Umum Responden.....	43
4.2.1	Profil dan Karakteristik Responden	43
4.2.2	Profil Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.3	Profil Berdasarkan Usia	44
4.2.4	Profil Berdasarkan Semester yang Ditempuh	45
4.2.5	Profil Berdasarkan Fakultas	46
4.2.6	Karakteristik Berdasarkan Produk yang Digunakan	47
4.2.7	Karakteristik Berdasarkan Lama Pemakaian	48
4.2.8	Karakteristik Berdasarkan Pengaruh.....	49
4.2.9	Karakteristik Berdasarkan Alasan Menggunakan	50
4.3.	Analisis Dekskriptif Variabel	51
4.3.1	Variabel Kualitas Layanan.....	52
4.3.2	Variabel Harga	56
4.3.3	Variabel Kepuasan Konsumen	59
4.3.4	Variabel Loyalitas Konsumen.....	61
4.4.	Uji Instrumen.....	63
4.4.1	Uji Validitas	63
4.4.2	Uji Reliabilitas	65
4.5.	Uji Asumsi Klasik	66
4.5.1	Uji Normalitas	66
4.5.2	Uji Multikolinearitas	68
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.6.	Hasil Teknik Analisis	70
4.7.	Peguujian Hipotesis	72

4.7.1	Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.7.2	Uji T	73
4.7.3	Uji F	74
4.7.4	Uji Sobel	76
4.7.5	Perhitungan Pengaruh	78
4.8.	Pembahasan	79
4.8.1	Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	79
4.8.2	Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y).....	80
4.8.3	Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Z).....	81
4.8.4	Harga (X_2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Z).....	81
4.8.5	Kualitas Layanan (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z)	82
4.8.6	Implementasi Strategi Perusahaan	83
BAB V.....		85
PENUTUP.....		85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Seluler di Indonesia per Semester I 2019	2
Tabel 1.2 Paket Internet per November 2019	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Usia.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Semester yang Ditempuh.....	46
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Fakultas.....	47
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Produk yang Digunakan	48
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Lama Pemakaian	48
Tabel 4.7 Disribusi Frekuensi Pengaruh	49
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Alasan Menggunakan	50
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1)	54
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (X2)	57
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	59
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y)	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Independen, Intervening, dan Variabel Dependen.....	64

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen, Intervening, dan Variabel Dependen.....	65
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas <i>Tolerance</i> dan VIF.....	68
Tabel 4.16 Hasil Regresi Model 1.....	70
Tabel 4.17 Hasil Regresi Model 2.....	70
Tabel 4.18 Model Summary Koefisien Determinasi (R^2).....	72
Tabel 4.19 Hasil Uji F ANOVA	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4.1 Normal Probability Plot (Model Regresi 1).....	67
Gambar 4.2 Normal Probability Plot (Model Regresi 2).....	67
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 1.....	69
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Model Regresi 2.....	69
Gambar 4.5 Hasil Uji Sobel X1 Terhadap Y Melalui Z.....	76
Gambar 4.6 Hasil Uji Sobel X2 Terhadap Y Melalui Z.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	92
Lampiran 2. Data Responden	97
Lampiran 3. Hasil Jawaban Kuesioner.....	99
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	101
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	105
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	106
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	109
Lampiran 8. Hasil Uji F Anova.....	110
Lampiran 9. Hasil Uji Sobel.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini sedang berkembang dengan pesatnya. Kita sendiri menjadi bergantung dengan teknologi. Teknologi telah menjadi sesuatu yang bukan lagi sebagai pelengkap tapi telah berubah menjadi sebuah kebutuhan. Telekomunikasi yang merupakan bagian dari teknologi tersebut telah bertransformasi menjadi lebih mudah dan sangat membantu kehidupan manusia saat ini. Berkomunikasi jarak jauh merupakan hal yang praktis, sehingga memang sangat dibutuhkan di zaman ini. Melalui perangkat handphone maupun yang lebih canggih yaitu smartphone manusia berkomunikasi satu dengan yang lainnya walaupun jarak mereka sangat jauh.

Operator telekomunikasi memiliki peranan penting disini. Untuk berkomunikasi, tentu saja seseorang harus memiliki kartu sim untuk melakukannya. Hal itulah yang disediakan oleh operator. Di indonesia sendiri banyak sekali operator telekomunikasi, ada Telkomsel, tri, indosat ooreedo, xl axiata, smartfren, dan axis. Adapun jumlah pelanggan operator seluler di seluruh Indonesia tahun 2019.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Seluler di Indonesia per Semester I 2019

No.	Operator Seluler	Jumlah (juta)
1.	Telkomsel	167,8
2.	XL Axiata	48,6
3.	Indosat Ooredoo	56,7
4.	Tri	38
5.	Smartfren	19

Sumber: Dirangkum dari berbagai sumber

Telkomsel merupakan salah satu operator seluler terbesar di Indonesia dengan pelanggan terbanyak dengan jumlah kurang lebih 150 juta pelanggan per april 2018 dan jaringan Telkomsel telah mencakup 288 jaringan *roaming* internasional di 155 negara pada akhir tahun 2007.

PT Telkomsel berdiri bersama Indosat pada tahun 1995 dengan meluncurkan kartu Halo pada tanggal 26 Mei 1995 sebagai layanan pascabayar. Pada tahun 2015, saham Telkomsel dimiliki oleh Telkom Indonesia sebesar 65% dan sisanya dimiliki oleh SingTel sebesar 35%.

Saat ini Telkomsel memiliki beberapa produk diantaranya simPATI, kartuHalo, simPATI LOOP, kartu LOOP, Telkomsel Flash, Kartu Facebook, dan Kartu As. Berbagai produk tersebut Telkomsel berusaha menarik pelanggan dari segala segmen yang telah mereka tetapkan di setiap lini produk yang mereka buat.

Telkomsel juga melayani dukungan pelanggan dengan memudahkan pelanggan dalam menyampaikan keluhan yang dialami melalui *e-mail*, *twitter*, *call center*, dan Grapari atau Graha Pari Sraya merupakan pusat layanan pelanggan Telkomsel.

Sebagai industri jasa yang menyediakan produk intangible, tentu saja mereka harus mampu memberikan berbagai fasilitas yang mempermudah para pelanggan guna meraih para pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Kualitas layanan tentu menjadi suatu faktor yang penting.

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta keakuratan penyampaiannya dalam memenuhi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan diketahui dengan cara membandingkan pandangan atau persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka dapatkan dengan pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut wyckof, jika jasa yang dirasakan atau didapatkan (*perceived service*) sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan dengan baik dan memuaskan, jika jasa yang didapatkan melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, dan jika jasa yang didapatkan tidak sesuai dengan apa yang dipersepsikan tidak baik dan tidak memuaskan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan dengan tidak baik atau tidak memenuhi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2004).

Kualitas pelayanan ini menjadi sesuatu yang vital karena akan berdampak langsung pada citra organisasi atau perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Jika suatu organisasi atau perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang positif, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk

mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas akan memberikan pengalaman yang mengesankan bagi konsumennya. Hal tersebut juga beiringan dengan *cost* yang dikeluarkan konsumen sebagai konsekuensi untuk mendapat pelayanan yang baik. Untuk paket internet bulanan per November (dengan melakukan perbandingan volume kuota yang didapatkan di rentang harga Rp. 50.000 hingga Rp.75.000, akan dijelaskan pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Paket Internet per November 2019

Operator	Harga (Rp)	Volume
Smartfren	65.000	<ul style="list-style-type: none"> • Akses internet tanpa batas 30 hari. • Batas pemakaian wajar (Fair Usage Policy/FUP) per hari sebesar 1GB • Paket <i>unlimited</i> Indosat dengan kuota sebesar 3GB masa aktif 30 hari
Indosat	50.000	<ul style="list-style-type: none"> • Akses unlimited untuk <i>YouTube, Spotify, Iflix</i>, sosial media • <i>Unlimited</i> SMS ke IM3 serta bonus kuota 1GB selama 7 hari. • Kuota utama 5GB untuk jaringan 2G,3G dan 4G.
XL	59.000	<ul style="list-style-type: none"> • Kuota 5GB untuk menikmati <i>YouTube</i>. • Xtra kuota <i>zero</i> 3GB • Kuota 6GB untuk semua jaringan
Telkomsel	75.000	<ul style="list-style-type: none"> • Bebas akses <i>HOOQ</i> 30 hari • 120 menit telepon ke sesama Telkomsel
Tri	60.000	<ul style="list-style-type: none"> • Kuota 3GB semua jaringan • Kuota 9GB jaringan 4G • Kuota 3GB untuk akses <i>youtube/netflix</i>

Sumber: Dirangkum dari berbagai sumber

Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan kekuatan daya belinya (Hurriyati, 2015). Dengan kualitas yang dimiliki Telkomsel saat ini, tentu pemenuhan ekspektasi konsumen mudah dipenuhi. Harga yang terjangkau mungkin akan membuat menarik konsumen baru menjadi lebih mudah dan konsumen lama dapat menjadi lebih loyal, hal tersebut diperkuat dengan pernyataan (Muwarni, 2004) bahwa harga juga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen.

Kualitas memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen yang diiringi dengan kesesuaian harga. Kualitas akan mendorong konsumen untuk menjalin suatu hubungan dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Menurut Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller (Kotler & Keller, 2009), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Memenuhi kebutuhan konsumen adalah kewajiban setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat memberikan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang

puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung akan membeli kembali produk dan memakai kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor penting bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang produk atau jasa.

Loyalitas konsumen merupakan suatu ukuran keterikatan konsumen pada sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang tingkat kemungkinan konsumen beralih ke merek lain apabila suatu merek mengalami perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain (Durianto, 2001). Persaingan yang kompetitif akan membuat pelaku bisnis operator seluler lebih bergairah dalam memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumennya.

Loyalitas juga akan membuat sebuah jaringan dimana para konsumen atau pelanggan yang loyal akan memberikan rekomendasi kepada kerabat, rekan, dan para relasinya. Hal tersebut juga relevan dengan pernyataan (Lau & Lee, 1999) bahwa loyalitas akan memberi banyak keuntungan bagi perusahaan dan rekomendasi pelanggan kepada relasi.

Dari perbandingan pada tabel 1.2, dapat diketahui harga dari Telkomsel dibanding operator lain relatif lebih mahal dibandingkan dengan operator lainnya. Meskipun mahal, Telkomsel tetap menjadi pilihan utama, itu terbukti dengan pasar telekomunikasi di Indonesia masih dikuasai oleh Telkomsel. Namun dalam skala yang lebih kecil sering terdapat keluhan dari para pengguna operator Telkomsel.

Pada observasi dilapangan di cakupan yang lebih kecil, yaitu pada lingkungan kampus Indralaya Universitas Sriwijaya yang kebanyakan penggunanya merupakan mahasiswa sering mengeluh akan tidak stabilnya jaringan Telkomsel. Jaringan Telkomsel saat ini sering mengalami gangguan yang membuat aktivitas dari para penggunanya menjadi terganggu. Hal ini menjadi suatu hal yang merugikan pengguna. Sedangkan dari harga dari Telkomsel sendiri masih tetap pada harga sebelumnya.

Dari fenomena tersebut dengan berdasarkan pada uraian yang dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Operator Telkomsel dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya.”*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas dapat dikemukakan masalah yang ingin disampaikan:

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?
- d. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?

- e. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh sebagai variabel *intervening* antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya.
- d. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya.
- f. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* antara kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas konsumen Telkomsel pada mahasiswa Universitas Sriwijaya kampus Indralaya?

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga produk terhadap loyalitas konsumen.
2. Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan wawasan bagi para pembaca.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi pihak perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pengambilan keputusan dan penetapan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga produk, dan loyalitas konsumen.
2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga produk terhadap loyalitas konsumen yang mana dapat berguna di masa depan untuk dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman. 2001. *The Behavioral Consequenses of Service Quality*, Jurnal of Marketing. Vol 60.
- Arum, Febry. 2015, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Surakarta
- Barkley, B. T., & Saylor, J. H. (1995). Customerizing project management. *Project Management Journal*.
- Durianto, Darmadi., S. (2001). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*.
<https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*.
- Leninkumar, V. (2016). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty. *European Journal Of Business and Management*.

- Lukman, K., Azis, F., & Magdalena, M. M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima. *Journal of Management*.
- Lupiyoadi. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. In *Salemba Empat*.
<https://doi.org/10.1002/cb.84>
- Musanto, T. (2009). Faktor-Faktor Kepuasan dan Loyalitas : Studi Kasus CV Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra*, 6(123–136), 34. Retrieved from
http://www.douleurchronique.org/gestion/2011/pdf/ZOOMdouleur_4b.pdf
- Muwarni. (2004). Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Penentu Loyalitas Pelanggan : Kajian Teoritis dan Metodologis untuk Penelitian. *Ekonomi Bisnis, II*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1–22.
- Santoso, S. (2012). Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. In *Analisis SPSS Pada Statistik Parametrik*. <https://doi.org/10.1016/j.optcom.2006.06.037>
- Sekaran, U. (2011). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. *Sociological Methodology*.
<https://doi.org/10.2307/270723>
- Stanton, W. J. (1996). Prinsip Pemasaran (terjemahan). In *Edisi 7, Jilid 1*.
<https://doi.org/10.1051/limn/2011044>

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.* <https://doi.org/Doi 10.1016/J.Datak.2004.11.010>
- Suharsimi, A. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi).* In *Jakarta: Rineka Cipta.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sumertana, I. W. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS VARIABEL INTERVENING PADA WATER PARK SERIRIT SINGARAJA. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi (JPPE).*
- Swastha, B. (2007). *Manajemen Penjualan Modern.* In *liberty offset ,yogyakarta.* <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Asas-Asas Marketing. Marketing Journal.*
- Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran, edisi kedua.*
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). *Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta; Andi. Jurnal of Business and Management Sciences.* <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>
- Wicaksono, Y., & Santoso, S. B. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang). Diponegoro Journal of Management.*
- Zulian, Y. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.* In *Ekonomi dan Bisnis.*