

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi
Pemasaran pada Kepuasan Pelanggan Indihome di PT.
Telekomunikasi Indonesia
(Studi pada Pelanggan Indihome di Regional 2)**

SKRIPSI

Oleh:

Nur Laili Novianti

201810325093



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga
Jual, dan Strategi Pemasaran
terhadap Kepuasan Pelanggan
Indihome di PT. Telekomunikasi
Indonesia"

Nama Mahasiswa : Nur Laili Novianti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325093

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi Dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di PT. Telkom Indonesia

Nama Mahasiswa : Nur Laili Novianti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325093

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 21 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji

: M Fadhli Nursal, SE., M.M

NIDN 0325057908

Penguji I

: Neng Siti Komariah S.E., M.M

NIDN 0327128105

Penguji II

: Andrian S.E., M.M

NIDN 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi saya dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di PT. Telkom Indonesia (Studi pada Pelanggan Indihome Regional 2) ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberi izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Nur Laili Novianti

201810325093

ABSTRAK

Nur Laili Novianti 201810325093 “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di PT. Telkom Indonesia

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, harga jual, dan strategi pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada bidang layanan dan jasa. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kantor Telkom Regional Operation Center 2 (ROC-2), Jakarta Pusat. Dalam hal ini penentuan jumlah responden menggunakan teknik Hair dengan perhitungan jumlah sampel minimal lima kali variabel yang dianalisis atau indikator, total responden pada penelitian ini berjumlah 75 pelanggan yang mewakili pengguna Indihome di Regional 2. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga jual secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, namun strategi pemasaran secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uji F hasil penelitian yang didapat yaitu kualitas pelayanan, harga jual, dan strategi pemasaran secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, harga jual, strategi pemasaran, dan kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Nur Laili Novianti 201810325093 *“The effect of Service Quality, Selling Price, and Marketing Strategy on Indihome Customer Satisfaction at PT. Telkom Indonesia*

The purpose of this study was to determine whether service quality, selling price, and marketing strategy had an effect on customer satisfaction, especially in the field of services and services. The research was conducted using a quantitative descriptive method. The location of this research was carried out at the Telkom Regional Operation Center 2 (ROC-2) Office, Central Jakarta. In this case the determination of the number of respondents using the Hair technique with a minimum sample calculation of five times the analyzed variables or indicators, the total respondents in this study amounted to 75 customers who represent Indihome users in Regional 2. Data collection methods used observation techniques and questionnaires. This research uses validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis test, t test, F test, and coefficient of determination test. The results showed that the service quality and selling price partially had no significant effect on customer satisfaction, but the marketing strategy partially had a significant effect on customer satisfaction. Based on the F test, the research results obtained are service quality, selling price, and marketing strategy simultaneously have a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *service quality, selling price, marketing strategy, and customer satisfaction*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunianya penulis masih diberikan nikmat iman dan kesehatan, sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Jual, dan Strategi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome di PT. Telekomunikasi Indonesia (Studi pada Pelanggan Indihome di Regional 2)” ini dengan tepat pada waktunya.

Tidak lupa shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita ke jalan yang benar yakni Agama Islam. Sebagai rasa hormat atas bantuan dan bimbingan serta dorongan dari semua pihak, saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Drs. Bambang Karsono, S.H., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Andrian, S.E, M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang saya hormati.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
6. Kedua orang tua dan adik-adik ku yang selalu memberikan afirmasi positif dan mendukung agar suksesnya penyusunan skripsi ini.
7. Suamiku Wildan Zahab dan calon anak ku tersayang yang selalu ada menemani dari awal penyusunan skripsi ini hingga selesai dan terimakasih sudah sabar, selalu support, dan waktu yang diberikan sangatlah berharga untuk menjaga mental dalam penyusunan skripsi ini.
8. Serta untuk sahabat dan teman-teman program studi Manajemen angkatan 2018 yang senantiasa memberikan Do'a dan dukungan setiap waktu kepada penulis.

Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan semua pihak-pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, 21 Juni 2022

Nur Laili Novianti

201810325093

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pengertian Pelayanan	10
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	12
2.2 Pengertian Harga	13
2.2.1 Teori tentang Harga.....	13
2.3 Pengertian Pemasaran.....	14
2.3.1 Pengertian Strategi Pemasaran	15
2.3.2 Perumusan Strategi Pemasaran.....	16
2.3.3 Konsep Bauran Pemasaran.....	16
2.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2.4.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu	20
2.6 Kerangka Pemikiran	28

2.6.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	28
2.6.2	Pengaruh Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	29
2.6.3	Pengaruh Strategi Pemasaran dengan Kepuasan Pelanggan	29
2.7	Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		32
3.1	Metode Penelitian.....	32
3.2	Tahapan Penelitian	32
3.3	Operasional Variabel.....	33
3.4	Waktu dan Tempat Penelitian	35
3.4.1	Waktu Penelitian.....	35
3.4.2	Tempat Penelitian	35
3.5	Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.5.1	Populasi Penelitian.....	35
3.5.2	Sampel Penelitian.....	36
3.5.3	Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	36
3.6	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6.1	Observasi	36
3.6.2	Kuesioner/Angket.....	37
3.7	Jenis dan Sumber Data.....	37
3.7.1	Data Primer	37
3.7.2	Data Sekunder	37
3.8	Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1	Uji Validitas.....	38
3.8.2	Uji Reliabilitas	38
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.8.4	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	41
4.1.1	Sejarah Umum Produk.....	41
4.1.2	Tujuan, Visi, dan Misi Perusahaan	42
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	42
4.1.4	Arti Logo Indihome	43
4.2	Hasil Penelitian.....	43
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	43

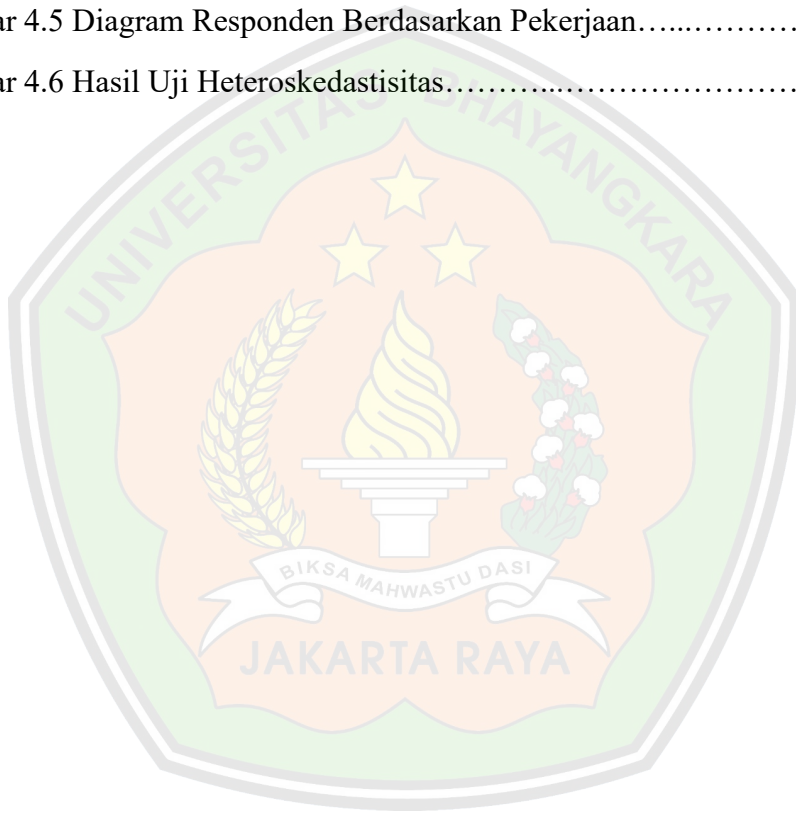
4.2.2	Karakteristik Responden	44
4.3	Uji Kualitas Data.....	46
4.3.1	Uji Validitas	46
4.3.2	Uji Reliabilitas	51
4.4	Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1	Uji Normalitas	52
4.4.2	Uji Multikolinieritas	53
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	54
4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.6	Uji Hipotesis	56
4.6.1	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	56
4.6.2	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	58
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB V PENUTUPAN.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Implikasi Manajerial	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Provider.....	4
Tabel 1.2 Paket Internet dan Telepon Rumah.....	4
Tabel 1.3 Paket Internet dan UseeTV.....	5
Tabel 1.4 Paket Internet, UseeTV, dan Telepon Rumah.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	48
Tabel 4.3 Uji Validitas Harga Jual (X2).....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga Jual (X2).....	49
Tabel 4.5 Uji Validitas Strategi Pemasaran.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas X1,X2, dan X3.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t).....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi ROC-2 Telkom.....	43
Gambar 4.2 Logo Indihome.....	44
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran Uji Plagiarisme
2. Lampiran Uji Referensi Skripsi
3. Lampiran Hasil Turnitin
4. Lampiran Kuesioner dan Hasil Kuesioner
5. Lampiran Hasil Tabulasi Data Kuesioner
6. Lampiran Hasil Uji
7. Lampiran Tabel r, Tabel F, Tabel t
8. Lampiran Kartu Bimbingan
9. Lampiran Riwayat Hidup

