

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDIHOME DI STO
INJOKO WITEL SURABAYA SELATAN)**

USULAN PENELITIAN

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S-1 Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh :

AULIA NUR RAHMAWATI

1612010126/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR**

2021

SKRIPSI

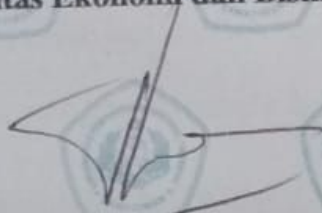
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
(Studi Kasus pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan)**

Oleh:

Aulia Nur Rahmawati
1612010126/FEB/EM

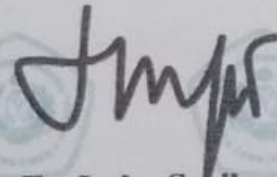
Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdil Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 21 Mei 2021

**Koordinator Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Sulastri Irbayuni, SE,MM
NIP.196206161989032001

**Pembimbing
Pembimbing Utama**



Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P
NIP.195602171988032001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



0 JUN 2021

Prof. Dr. Svamsul Huda, SE,MT
NIP. 195908281990031001

2021/6/11 11:42

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PELANGGAN INDIHOME (STUDI KASUS PADA PELANGGAN INDIHOME DI STO INJOKO WITEL SURABAYA SELATAN)

OLEH:

AULIA NUR RAHMAWATI
1612010126/FEB/EM

Dengan penggunaan internet yang semakin pesat, menjadikan peluang bagi operator layanan telekomunikasi untuk dapat memberikan kapasitas berinternet dengan murah, cepat, dan tanpa batas. Para perusahaan layanan internet berlomba-lomba dalam melakukan inovasi dalam upaya untuk menyesuaikan keinginan pasar agar dapat menarik minat calon pelanggan. Dalam situasi yang kompetitif seperti saat ini, perusahaan harus berupaya untuk mempertahankan pelanggannya dengan cara meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memunculkan persepsi harga yang baik bagi para pelanggan agar pelanggan tersebut tidak berpindah ke perusahaan yang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan sampling yang digunakan 100 responden. Pengambilan sample menggunakan teknik *purposive*. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS).

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome (Studi Kasus pada Pelanggan IndiHome di STO Injoko Witel Surabaya Selatan) dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tujuan penulisan skripsi ini sebagai salah satu persyaratan dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesainya skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik dari pihak intern maupun ekstern di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang mana penulis tidak dapat menyebutkannya satu persatu. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Syamsul Huda, SE, MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Luky Susilowati, MP. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya kepada penulis untuk memberikan masukan, arahan dan motivasi selama bimbingan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu, wawasan tenaga dan waktunya dalam mengembangkan wawasan serta ilmu kepada penulis.
6. Keluarga, terutama orang tua saya yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan, baik moril ataupun materil untuk kesuksesan serta kelancaran pembuatan skripsi ini.
7. Teman hidup saya, Kevin Ari Nugraha, ST. yang telah memberikan dukungan, bimbingan, waktu dan pemikiran untuk membantu kesuksesan dalam penelitian ini.
8. Putra dan Putri saya, Kenzo Xavier Nugraha dan Keira Queenza Nugraha yang telah menjadi sumber penyemangat saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Saudara-saudara saya, Kak Kiky dan Mbak Mira yang telah memberikan doa, dukungan dan motivasi.

10. Sahabat saya Jihan, Rudiana Dewi dan Dara Adellia yang sudah membantu dan saling bertukar pikiran memberikan saran serta masukan untuk skripsi ini.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan usulan penelitian ini sangat diharapkan dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 17 Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	13
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	13
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	27
2.2.3 Persepsi Harga.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.5 Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.1.1 Definisi Oprasional Variabel.....	36
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Penentuan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Jenis Data.....	41
3.3.2 Sumber Data.....	42
3.3.3 Pengumpulan Data.....	42
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
3.4.1 Uji Validitas.....	43
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	44
3.5.1 Teknik Analisis.....	44
3.5.2 Cara Kerja PLS.....	45
3.5.3 Model Spesifikasi PLS.....	46
3.5.4 Langkah-Langkah PLS.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	61
4.1.1 Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia.....	61
4.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Indonesia.....	63
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden.....	64
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	66
4.3 Analisis Data.....	73

4.3.1	Interpretasi PLS.....	73
4.4	Pengujian Hipotesis.....	84
4.5	Pembahasan.....	86
4.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	86
4.5.2	Pengaruh Persepsi Harga (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	88
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		xi
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pelanggan Pasang Baru di STO Injoko (Bulan Juli-Desember 2020).....	6
Gambar 1.2 Data Pelanggan Cabut di STO Injoko (Bulan Juli-Desember 2020).....	7
Gambar 1.3 Data <i>Complain</i> Gangguan di STO Injoko (Bulan Juli-Desember 2020).....	9
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	25
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoriti.....	34
Gambar 3.1 Langkah-langkah PLS.....	47
Gambar 3.2 Diagram Jalur.....	50
Gambar 4.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia.....	63
Gambar 4.2 Outer Model dengan nilai <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficients</i> dan <i>R-Square</i>	73
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i>	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index ISP Fixed Tahun 2019 dan Tahun 2020.....	3
Tabel 1.2 Data <i>Complain</i> Pelanggan Tahun 2020.....	9
Tabel 3.1 Skala Bobot Indikator.....	39
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan.....	65
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Tangibles (X1.1).....	66
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Reliability (X1.2).....	67
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Responsiveness (X1.3).....	68
Tabel 4.7 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Assurance (X1.4).....	69
Tabel 4.8 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Empathy (X1.5).....	70
Tabel 4.9 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Persepsi Harga (X2).....	71
Tabel 4.10 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan (Y).....	72
Tabel 4.11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values) Dimensi dengan Variabel.....	74
Tabel 4.12 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values).....	76
Tabel 4.13 Cross Loading.....	78
Tabel 4.14 Average variance extracted (AVE).....	80

Tabel 4.15 Composite Reliability..... 81

Tabel 4.16 Latent Variable Correlations..... 82

Tabel 4.17 R-square..... 83

Tabel 4.18 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)..... 84