

## KATA PENGANTAR

Pertama kalinya, Puji Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini. Penulis meyakini bahwa penyusunan skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr Ronald, S.T.M.M.,CSMA,CDM,PMA , selaku Executive director dan Associate Dean juga sebagai pembimbing kedua saya yang telah mencurahkan perhatian kepada penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Amelia S.E.,RFP-1,M.M.,CSMA selaku pembimbing akademik yang sudah membimbing dan juga memberikan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Keseluruhan staf akademika UPH Surabaya yang telah banyak membantu selama ini.
4. Segenap keluarga penulis, khususnya: Orang tua, Teman teman dekat diantaranya Ceha,Albert,Veren,Santus,Kirey,Marsya,Delano,dll yang telah dengan penuh kasih dan sayang yang selalu mendukung penulis selama ini dan untuk kedepannya.
5. Teman-teman satu angkatan di UPH, terima kasih untuk supportnya selama ini, semoga sukses untuk kita semua.
6. Terimakasih kepada keseluruhan responden penelitian yang telah berkenan menjadi nara sumber penelitian ini, terima kasih atas semuanya.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Penulis hanya bisa berharap kritik yang membangun untuk kesempurnaan hasil penelitian ini. Semoga penelitian ini memberikan banyak manfaat kepada semua pihak. Amin.

Surabaya, Februari 2023

(Dharma Vira)

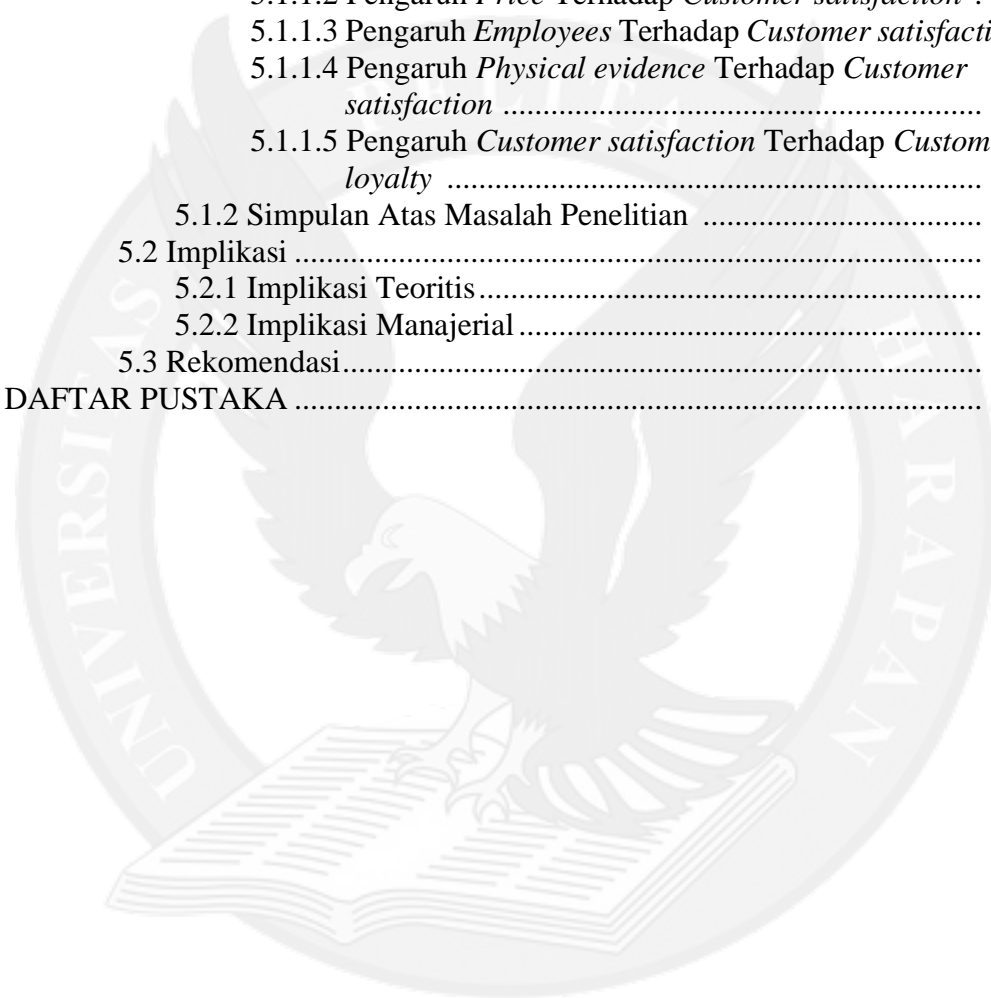


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH	
TUGAS AKHIR .....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	14
1.4 Tujuan Penelitian .....	15
1.5 Manfaat Penelitian .....	15
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	15
1.5.2 Manfaat Praktis .....	16
1.6 Sistematika Penulisan .....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 <i>Customer loyalty</i> .....	18
2.1.2 <i>Customer satisfaction</i> .....	19
2.1.3 <i>Service quality</i> .....	20
2.1.4 <i>Prices</i> .....	22
2.1.5 <i>Employees</i> .....	23
2.1.6 <i>Physical evidence</i> .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	27
2.3.1 Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> ...	27
2.3.2 Pengaruh <i>Prices</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	28
2.3.3 Pengaruh <i>Employees</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	29
2.3.4 Pengaruh <i>Physical evidence</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	30
2.3.5 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	30
2.4 Model Penelitian .....	31

2.5 Bagan Alur Berpikir.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian dan Jenis Data .....	33
3.1.1 Jenis penelitian.....	33
3.1.2 Jenis Data.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel .....	34
3.3 Metode Pengumpulan Sampel .....	35
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.5 Metode Analisis Data.....	40
3.6 Pengolahan Data .....	41
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran Umum Telkomsel.....	49
4.1.1 Sekilas tentang Telkomsel .....	49
4.1.2 Produk-Produk Telkomsel .....	51
4.1.3 Layanan Internet Telkomsel .....	51
4.1.4 Harga Paket Layanan Telkomsel .....	52
4.1.5 <i>Base Transceiver Station</i> (BTS) Telkomsel .....	55
4.2 Profil Responden .....	56
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	57
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	57
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Price .....	58
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Employees</i> .....	60
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Physical Evidence</i> .....	61
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	62
4.3.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	63
4.4 Pengujian Data.....	63
4.4.1 Uji Validitas .....	63
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	66
4.4.3 Uji Normalitas.....	67
4.4.4 Uji Multikolinieritas .....	69
4.4.5 Uji Heterokedastisitas .....	69
4.4.5 Uji Linieritas .....	71
4.5 Analisis Kausalitas.....	71
4.5.1 Persamaan Regresi Linier .....	72
4.5.2 Koefisien Korelasi .....	73
4.5.3 Koefisien Determinasi .....	73
4.6 Pengujian Hipotesis .....	74
4.6.1 Uji <i>F</i> (Pengujian Simultan).....	74
4.6.2 Uji <i>t</i> (Uji Parsial).....	75
4.7 Pembahasan.....	76
4.7.1 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	77
4.7.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	79
4.7.3 Pengaruh <i>Employees</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	81

4.6.4 Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	83
4.6.4 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i>	85
4.2.7 Analisis <i>Customer loyalty</i> .....	87
BAB V PENUTUP.....	89
5.1 Simpulan .....	89
5.1.1 Simpulan Atas Hipotesis.....	89
5.1.1.1 Pengaruh <i>Service quality</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	89
5.1.1.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .	89
5.1.1.3 Pengaruh <i>Employees</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i>	90
5.1.1.4 Pengaruh <i>Physical evidence</i> Terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....	90
5.1.1.5 Pengaruh <i>Customer satisfaction</i> Terhadap <i>Customer loyalty</i> .....	90
5.1.2 Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	90
5.2 Implikasi .....	91
5.2.1 Implikasi Teoritis .....	91
5.2.2 Implikasi Manajerial .....	92
5.3 Rekomendasi.....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tren Pengguna Internet.....	2
Gambar 1.2 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1.3 Aplikasi Proteksi .....	11
Gambar 1.4 Daftar harga Paket Telkomsel .....	12
Gambar 1.5 Para Pekerja Telkomsel.....	13
Gambar 1.6 Contoh Fisik melalui Voucher .....	13
Gambar 1.7 Loyalitas pelanggan Telkomsel.....	13
Gambar 1.8 Kepuasan Pelanggan .....	13
Gambar 2.1 Conceptual Framework .....	26
Gambar 2.2. Model Penelitian .....	32
Gambar 2.3 Bagan Alur Berpikir .....	32
Gambar 4.1 Logo Telkomsel.....	49
Gambar 4.2 Jumlah Pelanggan Tiga Operator Seluler Terbesar di Indonesia Tahun 2021.....	50
Gambar 4.3 Ragam paket Internet Telkomsel.....	52
Gambar 4.4 Jumlah BTS Telkomsel dan 3 Operator Seluler Lain tahun 2022	55
Gambar 4.5. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 4.6 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	56
Gambar 4.7 Normal Probability Plot .....	68
Gambar 4.8 Scatter Plot Uji Heterokedastisitas Regresi Linier Berganda.....	70
Gambar 4.9 Diagram Jalur Pada Persamaan Regresi.....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Telkomsel dan Dus Pesaingnya .....	8
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner.....	37
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	39
Tabel 3.2 Rules Of Thum Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.1 Produk-Produk Telkomsel Tahun 2022 .....	51
Tabel 4.2 Harga/Tarif Telepon dan SMS/MMS Telkomsel Tahun 2022 .....	53
Tabel 4.3 Harga/Tarif Layanan Internet Telkomsel Tahun 2022 .....	53
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service quality</i> .....	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i> .....	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Employees</i> .....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Physical evidence</i> .....	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer satisfaction</i> ..	62
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	63
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel <i>Service quality</i> .....	64
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Price</i> .....	64
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Employees</i> .....	65
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel <i>Physical evidence</i> .....	65
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	66
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	66
Tabel 4.16 Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.17 Uji Normalitas Menggunakan Kolmogoriv Smirnov Test.....	68
Tabel 4.18 Uji Multikolinieritas.....	69
Tabel 4.19 Uji Heterokedastisitas .....	70
Tabel 4.20 Uji Linierity .....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji <i>F</i> .....	74
Tabel 4.22 Hasil Uji <i>t</i> .....	75
Tabel 4.23 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Service quality</i> .....	78
Tabel 4.24 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Price</i> .....	79
Tabel 4.25 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Employees</i> .....	81
Tabel 4.26 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Physical evidence</i> .....	83
Tabel 4.27 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Customer satisfaction</i> .....	85
Tabel 4.28 Perbandingan Indikator Kinerja Terbaik dan Indikator Terpenting Pada Variabel <i>Customer loyalty</i> .....	87
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	91
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER .....	98
LAMPIRAN B. STATISTIK DESKRIPTIF .....	101
LAMPIRAN C. PROFIL RESPONDEN .....	102
LAMPIRAN D. UJI VALIDITAS DAN REIABILITAS.....	103
LAMPIRAN E. UJI NORMALITAS .....	106
LAMPIRAN F. UJI HETEROKEDASTISITAS .....	108
LAMPIRAN G. UJI MULTIKOLINEARITAS .....	110
LAMPIRAN H. UJI LINEARITAS .....	111
LAMPIRAN I. KOEFISIEN KORELASI (R) DAN KOEFISIEN DETERMINASI (R <sup>2</sup> ) .....	113
LAMPIRAN J. KOEFISIEN REGRESI BERGANDA.....	114
LAMPIRAN K. UJI F (<0.05) DAN UJI T .....	115

