



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PRABAYAR SIMPATI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN
PELANGGAN TELKOMSEL DI KOTA KUPANG**

TESIS

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

**MERLYN MARTINA BOWAKH
55117310048**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2019**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PRABAYAR SIMPATI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUASAN
PELANGGAN TELKOMSEL DI KOTA KUPANG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERLYN MARTINA BOWAKH
55117310048

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2019**

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of service quality, product quality and promotion on Prepaid Simpati purchasing decisions and their impact on Telkomsel Customer Satisfaction in Kupang city. The type of research used is using survey research. The research method uses descriptive survey analysis methods using probability sampling techniques with random sampling techniques and the total respondents are 100. The analytical method used in this study is SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) as a tool for compiling data that has been collected to find out the purpose of the research itself.

The results showed that service quality had no effect on purchasing decisions, while product quality and promotion had an influence on the decision to purchase Simpati Telkomsel prepaid cards. While for service quality, product quality, and promotion through purchasing decisions have a positive effect on the satisfaction of Simpati Telkomsel card customers in Kupang city

Keywords : Service Quality, Product Quality, Promotion, Purchase Decision and Customer Satisfaction



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Kartu Prabayar Simpati dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan Telkomsel di kota Kupang. Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan penelitian survey. Metode penelitiannya menggunakan metode analisis survey deskriptif, sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan teknik pengambilan yang dipakai secara acak dan total respondennya adalah 100. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) sebagai alat untuk menyusun data yang sudah dikumpulkan untuk mengetahui tujuan dari penelitian itu sendiri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Simpati Telkomsel. Sedangkan untuk kualitas pelayanan, kualitas produk, dan promosi melalui keputusan pembelian berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kartu Simpati Telkomsel di kota Kupang

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Kupang.

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Merlyn Martina Bowakh

NIM : 55117310048

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 10 Oktober 2019

Mengesahkan
Pembimbing



(Prof. Dr. Arifin Sitio, M.Sc)

U N I V E R S I T A S

MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. -Ing. Mudrik Alaydrus)



(Dr. Aty Herawati, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam tesis ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Kupang.

Bentuk Tesis : Riset Bisnis

Nama : Merlyn Martina Bowakh

NIM : 55117310048

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 18 Juli 2019

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bekasi, 18 Juli 2019



Merlyn Martina Bowakh

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur bagi Bapa Yang di Surga, oleh karena kasih setia dan kebaikanNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi, Pada Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Simpati dan Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Kupang.

Tesis ini di tulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercubuana Kranggan Bekasi. Penulis menyadari bahwa tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan yang berharga ini izinkanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Arifin Sitio, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
- 2) Bapak Prof. Dr. Masyuhudzulhak Djamil Mz, SE, MM selaku penguji pada seminar proposal.
- 3) Bapak Dr. Ahmad Badawi Saluy, SE, MM, CHRA selaku Sekprodi, beserta jajarannya yang telah membantu mensukseskan mulai dari perkuliahan sampai dengan proses penyelesaian Tesis ini
- 4) Bapak Prof. Dr. –Ing. Mudrik Alaydrus selaku Direktur Program Pascasarjana, beserta jajarannya yang telah membantu.

- 5) Terima kasih kepada seluruh dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen dan rekan-rekan mahasiswa yang telah membantu sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini.

Akhirnya menutup kata pengantar ini penulis ingin berterima kasih kepada Almarhum Papa tercinta yang selalu memotivasi saya untuk kuliah lagi, juga buat mama tercinta yang terus mendoakan saya, serta anak saya Hanna Christin dan seluruh keluarga yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong penulis untuk menyelesaikan karya ilmiah ini. Kiranya hasil penelitian dan penulisan ilmiah dapat menjadi ilmu pengetahuan yang berguna bagi Telkomsel khususnya untuk terus berusaha memberikan yang terbaik untuk kepentingan bagi bangsa dan Negara.

Penulis

Merlyn Martina Bowakh

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	12
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	12
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian	13
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian	13
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Manfaat Penelitian	14
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 Kualitas Pelayanan	16
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	16
2.1.1.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	18
2.1.1.3 Pengukuran Kualitas Pelayanan	21
2.1.2 Produk	23
2.1.2.1 Pengertian Produk	23

2.1.2.2	Pengertian Kualitas Produk	24
2.1.2.3	Tingkatan Produk	27
2.1.3	Promosi	30
2.1.3.1	Pengertian Promosi.....	30
2.1.3.2	AIDA (<i>Attention Interest Desire and Action</i>)	31
2.1.3.3	Tujuan Promosi	32
2.1.3.4	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	34
2.1.3.5	Tujuan Bauran Promosi.....	38
2.1.4	Keputusan Pembelian.....	39
2.1.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	39
2.1.4.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	42
2.1.4.3	Tipe-tipe Keputusan Pembelian	44
2.1.5	Kepuasan Pelanggan	45
2.1.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	45
2.1.5.2	Faktor Kepuasan Pelanggan	46
2.1.5.3	Strategi Kepuasan Pelanggan	48
2.1.5.4	Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	51
2.1.5.5	Faktor Pendorong Tingkat Kepuasan Pelanggan	52
2.2	Penelitian Terdahulu	54
2.3	Kerangka Pemikiran.....	57
2.4	Hipotesis.....	59

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian.....	61
3.1.1	Waktu dan Tempat Penelitian	61
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	62
3.2.1	Definisi Konsep.....	62
3.2.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	64
3.3	Populasi dan Sampel	69
3.3.1	Populasi	69
3.3.2	Sampel Penelitian.....	69

3.4	Metode Pengumpulan Data	71
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	71
3.5	Metode Analisis Data	72
3.5.1	Uji Instrumen Data	72
3.5.1.1	Uji Validitas Instrumen	72
3.5.1.2	Uji Reabilitas Instrumen	73
3.5.2	Analisis Statistik Deskriptif	73
3.5.2.1	Mean	74
3.5.2.2	Median	75
3.5.2.3	Modus	75
3.5.3	Uji Persyaratan Analisis (Uji Asumsi Klasik)	76
3.5.3.1	Uji Normalitas	76
3.5.3.2	Uji Homogenitas	76
3.5.3.3	Uji Linieritas	77
3.5.3.4	Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	77
3.5.4	Uji Statistik Inferensial	78
3.5.4.1	Uji Parsial Dengan t-Test	78
3.5.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	78
3.5.4.3	Analisis Jalur (Path Analysis)	78
3.6	Jadwal Pelaksanaan Penyusunan Tesis	81

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Deskripsi Perusahaan	82
4.1.1	Sejarah Perusahaan	82
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha	89
4.1.3	Sumber Daya	91
4.1.4	Tantangan Bisnis	92
4.1.5	Proses / Kegiatan Fungsi Bisnis	95
4.2	Hasil Penelitian	96
4.2.1	Identitas Responden	96

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	99
4.2.2.1 Mean	99
4.2.2.2 Median (Nilai Tengah)	103
4.2.2.3 Modus (Nilai yang Paling Sering Muncul)	104
4.2.3 Uji Instrumen Data Hasil Penelitian	105
4.2.3.1 Uji Validitas Instrumen	105
4.2.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen	108
4.2.4 Uji Persyaratan Analisis.....	109
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	109
4.2.4.2 Uji Homogenitas	114
4.2.4.3 Uji Linearitas.....	115
4.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas.....	117
4.2.5 Uji Statistik Inferensial/ Pengujian Hipotesis	118
4.2.5.1 Pengujian Hipotesis (Uji t-Test)	118
4.2.5.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	124
4.2.5.3 Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	127
4.2.5.3.1 Hasil Uji Analisis Model 1	127
4.2.5.3.2 Hasil Uji Analisis Jalur Model 2	129
4.2.5.3.3 Hasil Analisis Jalur Model I dan II	132
4.3 Pembahasan	134
4.3.1 Analisa Hipotesa 1 Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	134
4.3.2 Analisis Hipotesa 2 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	136
4.3.3 Analisis Hipotesa 3 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	138
4.3.4 Analisis Hipotesa 4 Kualitas Pelayanan Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	140
4.3.5 Analisis Hipotesa 5 Kualitas Produk Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	142
4.3.6 Analisis Hipotesa 6 Promosi Melalui Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	144

4.3.7 Analisis Hipotesa 7 Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Hasil Pengujian Hipotesis Menunjukkan Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	145
---	-----

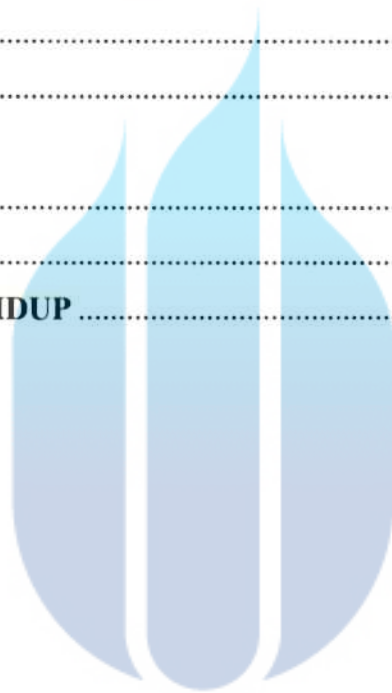
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	147
5.2 Saran.....	151

DAFTAR PUSTAKA	157
-----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	161
----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	185
-----------------------------------	------------



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Tabel Pelanggan Simpati Kota Kupang Tahun 2017.....	8
Tabel 1.2. Prasurvei Kualitas Pelayanan, Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kota Kupang.....	8
Tabel 2.1 Tipe-tipe Keputusan Pembelian	44
Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	54
Tabel 3.1. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 3.2. Operasional Kualitas Produk	66
Tabel 3.3. Operasional Variabel Promosi	67
Tabel 3.4. Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 3.5. Operasional Variabel Keputusan Pelanggan.....	68
Tabel 3.6. Instrumen Skala Likert.....	69
Tabel 3.7. Jumlah Penduduk dan Jumlah Pelanggan Kartu Prabayar Simpati di Kota Kupang	69
Tabel 3.8. Waktu Pelaksanaan Penyusunan Tesis.....	81
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	96
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Mean Variabel	99
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Mean Berdasarkan Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	100
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Mean Berdasarkan Kuesioner Variabel Kualitas Produk	101
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Mean Berdasarkan Kuesioner Variabel Promosi	101
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Mean Berdasarkan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	102
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Mean Berdasarkan Kuesioner Variabel Keputusan Pelanggan	103
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Modus Variabel.....	103
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Modus Variabel.....	104

Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	105
Tabel 4.11. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2).....	106
Tabel 4.12. Uji Validitas Variabel Promosi (X_3)	107
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	107
Tabel 4.14. Uji Validitas Variabel Keputusan Pelanggan (Z)	108
Tabel 4.15. Uji Reliabilitas Setiap Variabel	108
Tabel 4.16. Hasil Uji Normalitas Dependent Variabel Keputusan Pembelian	110
Tabel 4.17. Hasil Uji Normalitas Dependent Variabel Keputusan Pelanggan	112
Tabel 4.18. Test of Homogeneity of Variances	114
Tabel 4.19. Hasil Linearitas Y Terhadap Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Z	115
Tabel 4.20. Pengaruh Variabel Independen (X_1 , X_2 , X_3) Secara Parsial Terhadap Variabel Dependen (Y)	120
Tabel 4.21. Pengaruh Variabel Independen (X_1 , X_2 , X_3) & (Y/X_4) Secara Parsial Terhadap Variabel Dependen (Z)	122
Tabel 4.22. Koefisien Determinasi (X_1 , X_2 , X_3) terhadap Y	126
Tabel 4.23. Koefisien Determinasi (X_1 , X_2 , X_3) & (X_4) terhadap Z	126
Tabel 4.24. Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
Tabel 4.25. Hasil Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan	130
Tabel 4.26. Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung & Pengaruh Total	132

MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

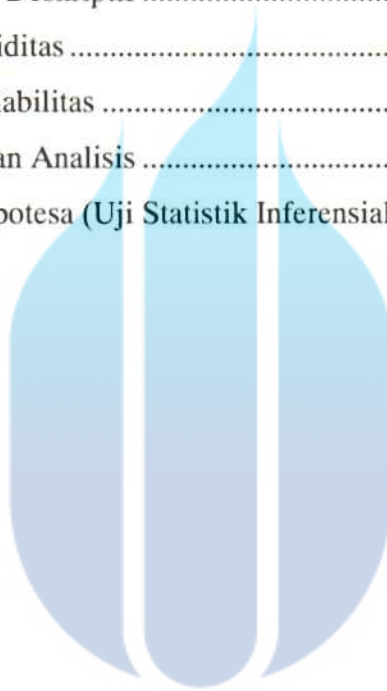
	Halaman
Gambar 1.1. Grafik Pengguna Ponsel dan Penetrasi Media Sosial.....	2
Gambar 1.2. Perbandingan Pelanggan Operator Sebelum & Sesudah Registrasi Ulang Prabayar	4
Gambar 1.3. Grafik Jumlah Pelanggan Telkomsel dari tahun 2015 sampai 2017	7
Gambar 2.1. Lima Tingkatan Produk.....	28
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	59
Gambar 3.1. Diagram Jalur	79
Gambar 4.1. Komposisi Pengguna Internet Berdasarkan Usia	94
Gambar 4.2. Berikut Gambaran Untuk Penggunaan Internet	94
Gambar 4.3. Grafik P-Plot Variabel Dependent_Keputusan Pembelian	111
Gambar 4.4. Grafik Histogram Variabel Dependent_Keputusan_Pembelian	111
Gambar 4.5. Grafik P-Plot Variabel Dependent_Keputusan Pelanggan.....	113
Gambar 4.6. Grafik Histogram Variabel Dependent_Keputusan Pelanggan.....	113
Gambar 4.7. Grafik Scatterplot Dependent Variabel:Keputusan_Pembelian.....	117
Gambar 4.8. Diagram Jalur 1.....	128
Gambar 4.9. Diagram Jalur 2.....	131

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran.1. Kuesioner Penelitian.....	161
Lampiran.2. Hasil Kuesioner	164
Lampiran.3. Hasil Analisa Deskriptif	173
Lampiran.4. Hasil Uji Validitas	175
Lampiran.5. Hasil Uji Reliabilitas	178
Lampiran.6. Uji Persyaratan Analisis	178
Lampiran.7. Pengujian Hipotesa (Uji Statistik Inferensial).....	183



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA