

**PENGARUH PERSEPSI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
RETENSI PELANGGAN JASA INTERNET TELKOMSPEEDY
KANDATEL TANGERANG**

SKRIPSI

Nama : WERDI MEGANINGSIH
NIM : 4310411-237



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**PENGARUH PERSEPSI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
RETENSI PELANGGAN JASA INTERNET TELKOMSPEEDY
KANDATEL TANGERANG**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**Nama : WERDI MEGANINGSIH
NIM : 4310411-237**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **WERDI MEGANINGSIH**

NIM : **4310411-237**

Program Studi : **Manajemen S-1**

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, November 2009


(**WERDI MEGANINGSIH**)
NIM : 4310411-237



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **WERDI MEGANINGSIH**
NIM : **4310411-237**
Program Studi : **Manajemen S-1**
Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi Produk Dan Harga Terhadap Retensi Pelanggan Jasa Internet TelkomSpeedy Kandatel Tangerang.**
Tanggal Lulus Ujian : **17 Februari 2010**

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS

(Endi Rekarti, SE, ME)

MERCU BUANA

Dekan



(Dra. Yuli Harwani, MM)

Ketua Program Studi Manajemen - S1

(Arief Bowo Prayoga K. SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

**PENGARUH PERSEPSI PRODUK DAN HARGA TERHADAP
RETENSI PELANGGAN JASA INTERNET TELKOM SPEEDY
KANDATEL TANGERANG**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

WERDI MEGANINGSIH

4310411-237

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Februari 2010

Susunan Dewan Penguji

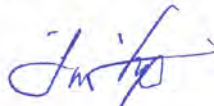
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Endi Rekarti, SE, ME)

Anggota Dewan Penguji



(Tri Wahyono, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Daru Asih, SE, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan berkah yang terhingga pada masa lalu, masa kini dan masa yang akan datang. Sembah sujud dan puji syukur hanya milik Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : ***Pengaruh Persepsi Produk Dan Harga Terhadap Retensi Pelanggan Jasa Internet TelkomSpeedy Kandatel Tangerang.*** Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan dapat penulis selesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis menghaturkan terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak H. Probo Sutedjo, Selaku Ketua Yayasan Menara Bhakti;
2. Bapak DR.Ir.H.Suharyadi, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana;
3. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana;
4. Bapak Arief Bowo Prayoga, SE, MM selaku Ketua dan Ibu Luna Haningsih, SE, ME selaku Sekretaris Program Studi Manajemen ;
5. Endi Rekarti SE, ME selaku pembimbing penulis, memberikan semangat kepada penulis dan meluangkan waktu untuk mentransfer ilmunya ;

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sehingga peneliti bisa mengenal ilmu Ekonomi, khususnya manajemen pemasaran, juga Bapak dan Ibu staf TU, terima kasih atas bantuan administrasinya.
7. Orangtua-ku tercinta, Bapak Radiman dan Ibu Sarwendiyah, atas pengorbanan, kerelaan dan kasih sayang, doa dan harapan yang tidak henti-hentinya dipanjatkan untuk kami anak-anaknya agar menjadi anak yang berguna bagi Agama, Bangsa dan Negara.
8. Suamiku Moh. Imron terima kasih atas waktunya dan pengertiannya sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Semoga hasil ini membuat Ayah bahagia.
9. Anak-anakku tercinta Jamaludin A1 Afghan, Ibnu Sina A1 Quds, Salman Al Farits rasanya tidak pernah memberatkan hingga Mama bisa tetap belajar sehingga sampai pada pembuatan skripsi ini.
10. Adik-adikku Ayu, Asti dan Sulistyo yang selalu memberi semangat agar tetap rajin dalam belajar.
11. Manager Customer Care M. Nouvriyal Datel Tangerang yang bisa menjadikan saya suatu inspirasi dalam penyelesaian skripsi.
12. Rekan-rekanku Pak Makmur yang selalu memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini, Mba Endi, Mba Yani dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberi warna-warna dalam kampus Mercu Buana ini.

13. Dan semua pihak yang mohon maaf tidak dapat disebutkan satu persatu, atas segala bantuan dan dukungannya.

Hanya Allah SWT yang bisa membalas kebaikan semuanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi Perusahaan Telkom dan siapa saja yang memerlukan. Semoga skripsi menjadi bacaan yang bermanfaat apabila terdapat kekurangan mohon saran dan kritik membangun guna perbaikan skripsi ini.



Jakarta, November 2009

Penulis

WERDI MEGANINGSIH

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

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
 BAB II LANDASAN TEORI	 6
2.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.2. Persepsi Produk	11
2.2.1 Pengertian Produk	11
2.2.2 Faktor yang terkandung dalam suatu Produk	12
2.2.3 Tingkatan Produk	12
2.2.4 Pengertian Persepsi	13

2.2.5	Dinamika Persepsi	16
2.2.6	Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi	17
2.2.7	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	19
2.3.	Harga	20
2.3.1	Pengertian harga	20
2.3.2	Tujuan Penetapan Harga	22
2.3.3	Penetapan Harga	25
2.3.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Harga	28
2.4	Retensi Harga	30
2.4.1.	<i>Cutomer Perspektif</i>	30
2.4.2.	<i>Cutomer Retention</i>	31
2.5	Pengaruh Persepsi Harga dan Produk terhadap Retensi Pelanggan	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1.	Obyek Penelitian.....	34
3.1.1	Lokasi Penelitian	34
3.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	34
3.1.3	Perkembangan Usaha	35
3.1.4	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan.....	39
3.2.	Desain Penelitian	40
3.3.	Hipotesis	40
3.4.	Variabel dan Skala Pengukuran	40
3.4.1	Variabel Penelitian	40
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.4.3	Skala Pengukuran.....	43
3.5.	Metode Pengumpulan Data	43
3.6.	Jenis Data	44
3.7.	Populasi dan Sampel	45
3.7.1	Populasi	45
3.7.2	Sampel.....	45
3.7.3	Metode Pengambilan Sampel.....	46

3.8. Metode Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Instrumen.....	47
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.3 Regresi Berganda.....	50
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Karakteristik Responden.....	53
4.1.1 Jenis Kelamin.....	53
4.1.2 Usia.....	54
4.1.3 Pendidikan Terakhir.....	55
4.1.4 Profesi / Pekerjaan	56
4.2. Analisis Descriptive tentang Persepsi Produk	57
4.3. Analisis Descriptive tentang Harga	61
4.4. Analisis Descriptive tentang Retensi Pelanggan	66
4.5. Uji Instrument.....	70
4.5.1 Uji Validitas.....	70
4.5.2 Uji Reabilitas.....	73
4.6. Analisa Pengaruh Persepsi Konsumen dan Harga terhadap Retensi Pelanggan TelkomSpeedy.....	76
4.6.1 Uji Klasik.....	76
4.6.2 Regresi Berganda.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	82
5.1. Simpulan	82
5.2. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 2 : Hasil Uji Klasik
- Lampiran 3 : Hasil Uji Korelasi Berganda
- Lampiran 4 : Hasil Nilai Kuisisioner
- Lampiran 5 : Kuesioner
- Lampiran 6 : Tabel t dan r
- Lampiran 7 : Tabel F
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 : Biodata Penulis
- Lampiran 10 : Struktur Perusahaan

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkiraan Resmi dari APJII terhadap Jumlah Pelanggan dan Pemakai Internet (kumulatif) selama ini dan Perkiraan sampai akhir tahun 2007	3
Tabel 3.1 Indikator Persepsi Produk	52
Tabel 3.2 Indikator Harga	53
Tabel 3.3 Indikator Retensi Pelanggan	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Usia	54
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.4 Profesi / Pekerjaan	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Kecepatan Download dan Browsing Sesuai dengan yang Dijanjikan	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Image TelkomSpeedy Sudah Sesuai dengan Apa yang Harus Diterima Pelanggan Telkom	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Pemasangan TelkomSpeedy Sangat Mudah	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap TelkomSpeedy Bisa Akses Bersamaan Telepon dan Internet	59
Tabel 4.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Persepsi Produk	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Tarif Discount TelkomSpeedy Sudah Sesuai Keinginan Pelanggan	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Tarif TelkomSpeedy Cukup Terjangkau Sesuai Daya Beli Pelanggan	62
Tabel 4.12 Tanggapan Responden terhadap Tarif TelkomSpeedy Cukup Bersaing Dengan Tarif Internet dari ISP Lain	63
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tarif TelkomSpeedy Sudah Sesuai dengan Pelayanan yang Diberikan.....	64
Tabel 4.14 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Harga	65

Tabel 4.15	Tanggapan Responden Akan Menggunakan TelkomSpeedy Untuk Satu Tahun Mendatang	66
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Akan Menggunakan TelkomSpeedy untuk Dua Tahun Mendatang	67
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Akan Menggunakan TelkomSpeedy Selamanya	68
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Tidak Ada Satupun Provider Internet yang Sesuai dengan Kebutuhan Selain TelkomSpeedy	68
Tabel 4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Retensi Pelanggan ...	69
Tabel 4.20	Uji Validasi Correlation Persepsi	70
Tabel 4.21	Uji Validasi Correlation Harga	71
Tabel 4.22	Uji Validasi Correlation Retensi Pelanggan	72
Tabel 4.23	Reliability – Persepsi	73
Tabel 4.24	Reliability – Harga	74
Tabel 4.25	Reliability – Retensi	75
Tabel 4.26	Model Summary ^b Autokorelasi	76
Tabel 4.27	Coefficients Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.28	Variables Entered/Removed ^b	78
Tabel 4.29	Model Summary	78
Tabel 4.30	ANOVA ^b	79
Table 4.31	Coefficients ^a	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Persepsi	14
Gambar 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi	19
Gambar 2.3 Menentukan Kebijakan Penetapan Harga	25
Gambar 3.1 Konfigurasi SPEEDY di terminal Pelanggan	37



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 2 : Hasil Uji Klasik
- Lampiran 3 : Hasil Uji Korelasi Berganda
- Lampiran 4 : Hasil Nilai Kuisisioner
- Lampiran 5 : Kuesioner
- Lampiran 6 : Tabel t dan r
- Lampiran 7 : Tabel F
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9 : Riwayat Hidup
- Lampiran 10 : Struktur Perusahaan

