



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *WORD OF MOUTH*
PADA PELANGGAN INDIHOME DI KOTA JAKARTA
(Studi Kasus PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk.)**

TESIS

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Rendy Candra Aji Widodo

55113120202

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP *WORD OF MOUTH*
PADA PELANGGAN INDIHOME DI KOTA JAKARTA
(Studi Kasus PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk.)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Rendy Candra Aji Widodo

55113120202

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2015**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap *Word of Mouth* pada Pelanggan Indihome di Kota Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Rendy Candra Aji Widodo

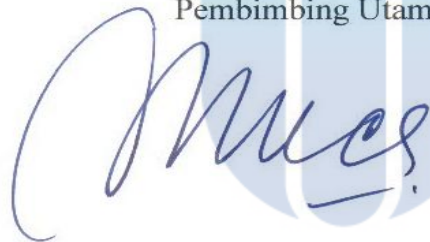
NIM : 55113120202

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 31 Desember 2015

Mengesahkan

Pembimbing Utama



(Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D.)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, M.E.)

PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap *Word of Mouth* pada Pelanggan Indihome di Kota Jakarta

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Rendy Candra Aji Widodo

NIM : 55113120202

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 15 November 2015

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 pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 November 2015



(Rendy Candra Aji Widodo)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah serta inayah-Nya penulis bisa menyelesaikan secara tepat waktu tesis dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Implikasinya terhadap *Word Of Mouth* pada Pelanggan Indihome di Kota Jakarta”.

Dalam menyelesaikan tesis ini penulis telah mendapat banyak bantuan, *support*, arahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing tesis, Ibu Dr. Augustina Kurniasih, M.E. selaku ketua sidang tesis, Bapak Dr. Mudji Sabar, M.Si selaku dosen penguji tesis, Bapak Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Sc. selaku dosen penguji proposal tesis dan Bapak Dr. Harry Susilo selaku dosen pengajar mata kuliah *marketing research* yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran dan nasehat hingga terselesaikannya tesis ini.
2. Orang tua penulis Ibu Yayuk Haryani dan Alm. Bapak Suyanto, adik Aditya Candra Panji Pradhita dan seluruh keluarga besar Mbah Sayuri dan Mbah Kasilah yang telah memberikan do'a, perhatian, kasih sayang serta dukungan selama penyusunan tesis ini.
3. Bpk. Gunawan, Mas Anto, Mas Ian, Mas Azman, Mas Bayu, Mas Hapizal, Mas Trisno, Fahmi, karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia, PT. ZTE Indonesia dan Transvision yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih banyak telah membantu kelengkapan data dalam penyusunan tesis ini.
4. Wahyu Hadi Ningrum, Sandra Pratiwi, Marhaeni, Ivo, Musri, Dara, Selvia, Ade, Laras, Mustika, Winda, Widy, Bayu, Mami Susi, Rico, Eka, Mukhlis, Tia, Azmi, Agung, Zulfahmi, Adhitya, Riswanto, Widya, Ekky, Bramantiyo, Didit, Duago, Sicilia dan seluruh kerabat/rekan/sahabat yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih banyak atas

motivasi, semangat dan inspirasi selama ini hingga tesis ini dapat diselesaikan tepat waktu.

5. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian proposal tesis ini.

Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan ada pembahasan yang tidak berkenan penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, 15 November 2015



Rendy Candra Aji Widodo



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah.....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah	7
1.2.2 Rumusan Masalah	8
1.2.3 Batasan Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian	10
1.3.2 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2 Lingkup Bidang Usaha.....	14
2.3 Sumber Daya Perusahaan.....	15
2.4 Tantangan Bisnis Perusahaan.....	19
2.5 Proses Bisnis Perusahaan	21

BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1 Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	23
3.2 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	25
3.3 Persepsi Harga (<i>Perceived Price</i>)	28
3.4 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	30
3.5 <i>Word of Mouth</i> (WOM)	33
3.2 Penelitian Terdahulu	36
3.3 Kerangka Pemikiran.....	43
3.4 Hipotesis Penelitian.....	44

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian.....	45
4.2 Variabel Penelitian	45
4.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
4.4 Jenis dan Sumber Data.....	48
4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
4.6 Populasi dan Sampel Penelitian	49
4.6.1 Populasi Penelitian	49
4.6.2 Sampel.....	49
4.7 Skala Pengukuran dan Kuesioner.....	51
4.8 Metode Analisis Data.....	52
4.8.1 Uji Validitas	52
4.8.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.9 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.9.1 Uji Normalitas	53
4.9.2 Uji Heteroskedastisitas	54
4.10 Uji Hipotesis	55
4.10.1 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	55
4.10.2 Uji Parsial (Uji-t)	56
4.10.3 Uji Simultan (Uji-F)	58

4.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.11 Uji Korelasi Antar Dimensi	59

BAB V HASIL DAN ANALISIS DATA

5.1 Hasil Penelitian	61
5.1.1 Analisis Karakteristik Responden	61
5.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	64
5.2 Analisis Data	65
5.2.1 Uji Validitas Kuesioner	65
5.2.2 Uji Reliabilitas Kuesioner	67
5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	68
5.3.1 Uji Normalitas	68
5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	69
5.4 Hasil Uji Hipotesis	70
5.4.1 Hasil Uji Analisis Jalur Model 1	70
5.4.2 Hasil Uji Analisis Jalur Model 2	73
5.4.3 Hasil Analisis Jalur Model 1 dan Model 2	76
5.5 Korelasi Antar Variabel	78
5.5.1 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2.....	82
5.5.2 Korelasi Antar Dimensi.....	82
5.6 Pembahasan Hasil Penelitian	85
5.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Jalur Model 1)	85
5.6.2 Pengaruh Langsung Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Serta Pengaruh Tidak Langsung Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap <i>Word of Mouth</i> (Analisis Jalur Model 2).....	87

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	94
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan	94
6.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	96

DAFTAR PUSTAKA	97
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	103
----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	132
-----------------------------------	------------



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Paket Langganan Bulanan	5
Tabel 2.1 Komposisi Jumlah Karyawan Telkom	16
Tabel 2.2 Profil Karyawan Berdasarkan Posisi Jabatan.....	17
Tabel 2.3 Profil Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	18
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Variabel Operasional.....	46
Tabel 4.2 Pelanggan Indihome di Kota Jakarta	51
Tabel 4.3 Matrik Korelasi Dimensi.....	60
Tabel 5.1 Karakteristik Responden	61
Tabel 5.2 Analisis Statistik Deskriptif	64
Tabel 5.3 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 5.4 Hasil Uji Reliabilitas Indikator Penelitian	67
Tabel 5.5 Hasil Uji Normalitas Model 1 dan Model 2.....	68
Tabel 5.6 Uji-t dan Uji-F Jalur Model 1	71
Tabel 5.7 Uji-t dan Uji-F Jalur Model 2	73
Tabel 5.8 Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	76
Tabel 5.9 Koefisien Korelasi Antar Variabel.....	78
Tabel 5.10 Matrik Analisis Korelasi Antar Dimensi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gangguan Produk Indihome.....	3
Gambar 1.2 Grafik Keluhan Pelanggan Konten Indihome	4
Gambar 1.3 <i>Churn rate</i> Pelanggan Indihome (UseeTV)	5
Gambar 1.4 Grafik Penjualan Indihome (UseeTV)	6
Gambar 2.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia	14
Gambar 2.2 Logo Indihome	14
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia.....	15
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 5.1 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas Model 1	69
Gambar 5.2 <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	69
Gambar 5.3 Kausal Empiris Antar Jalur Model 1 dan Model 2.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Presurvey Kuesioner.....	103
Lampiran 2 Kuesioner.....	104
Lampiran 3 Hasil Kuesioner Ordinal	107
Lampiran 4 Hasil Kuesioner Interval	109
Lampiran 5 <i>Average</i> Dimensi	111
Lampiran 6 <i>Average</i> Variabel	112
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	113
Lampiran 8 Uji Normalitas	119
Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas	122
Lampiran 10 Analisis Jalur	126
Lampiran 11 Korelasi Antar Variabel.....	128
Lampiran 12 Korelasi Antar Dimensi.....	129

