



ANALISIS KUALITAS PRODUK, *E-MARKETING*, DAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen

Oleh:

Juwita Nasruddin

55118110105

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



ANALISIS KUALITAS PRODUK, *E-MARKETING*, DAN *ELECTRONIC CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)

TESIS

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen

Oleh:

Juwita Nasruddin

55118110105

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

ABSTRACT

This research is used to know the effect of product quality, e-marketing, and Electronic Customer Relationship Management with customer loyalty. The object of this research is Telkomsel prepaid card users in Central Jakarta. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to 140 respondents. This study uses multiple linear regression method using the coefficient of determination to show how much influence between variables. The results showed that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, e-Marketing has a positive but insignificant effect on customer loyalty, and Electronic Customer Relationship Management has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Product Quality, e-Marketing, Electronic Customer Relationship Management, Customer Loyalty



ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, *e-Marketing*, dan *Electronic Customer Relationship Management* dengan loyalitas pelanggan. Objek penelitian ini adalah pengguna kartu prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner 140 responden. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan koefisien determinasi untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *e-Marketing* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan *Electronic Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *e-Marketing*, *Electronic Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan



LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa semua pernyataan di Tesis ini:

Judul : Analisis Kualitas Produk, *e-Marketing*, dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)

Nama : Juwita Nasruddin

NIM : 55118110105

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal :

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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.

Jakarta, 9 Maret 2022



Juwita Nasruddin

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Juwita Nasruddin
NIM : 55118110105
Program : Magister Manajemen
Judul : Analisis Kualitas Produk, *e-Marketing*, dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)
Tanggal Lulus Ujian : 24 Maret 2022

Disahkan Oleh :
Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM.

Tanggal :

Dekan

Ketua Prodi Magister Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Tanggal :



Dr. Indra Siswanti, MM.

Tanggal :

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh :

Nama : Juwita Nasruddin
NIM : 55118110105
Program Studi : Magister Manajemen Pemasaran

dengan judul “Analisis Kualitas Produk, *e-Marketing*, dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 04 April 2022, didapatkan nilai persentase sebesar 20 %.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 04 April 2022

Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Analisis Kualitas Produk, *e-Marketing*, dan *Electronic Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat)”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Pemasaran pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Dr. Dendi Anggi Gumilang, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini.
2. Lenny Christina Nawangsari, Dr. MM., selaku ketua penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
3. Dudi Permana, ST., MM., Ph.D., selaku dosen penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
4. Prof. Dr Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

6. Dr. Indra Siswanti, MM., selaku Ketua Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
7. Pelanggan Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel di Jakarta Pusat yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 9 Maret 2022

Juwita Nasruddin

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	14
2.1. Kajian Pustaka.....	14
2.1.1. Kualitas Produk	14
2.1.2. <i>e-Marketing</i>	16
2.1.3. <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	19
2.1.4. Loyalitas Pelanggan	23
2.1.5. Penelitian Terdahulu	25
2.1.6. Hubungan antar Variabel	30
2.1. Kerangka Pemikiran.....	32
2.2. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian.....	33

3.2. Definisi dan Operasional Variabel	33
3.3. Pengukuran Variabel.....	35
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.4.1. Populasi	35
3.4.2. Sampel.....	36
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.5.1. Data Primer	37
3.5.2. Data Sekunder	37
3.6. Metode Analisis Data.....	37
3.6.1. Uji Validitas Instrumen	37
3.6.2. Uji Reliabilitas Instrumen	38
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	38
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	38
3.6.3.2. Uji Multikolinearitas	39
3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6.5. Uji Hipotesis.....	41
3.6.5.1. Uji Regresi secara Parsial (Uji t).....	41
3.6.5.2. Uji Regresi secara Simultan (Uji F)	42
3.6.5.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Deskripsi Perusahaan	44
4.1.1. Profil Singkat Perusahaan	44
4.1.2. Struktur Organisasi.....	45
4.1.3. <i>Key Product and Services</i>	47
4.2. Profil Perusahaan	49
4.3. Hasil Analisis Data	51
4.3.1. Uji Validitas	51
4.3.2. Uji Reliabilitas	53
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1. Uji Normalitas	55

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas	57
4.4.3. Uji Multikolinearitas	57
4.5. Hasil Uji Hipotesis	58
4.5.1. Hasil Uji F	59
4.5.2. Hasil Uji t	59
4.5.3. Koefisien Determinasi (R ²)	59
4.6. Pembahasan.....	60
4.6.1. Pengaruh Kualitas Produk(X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	63
4.6.2. Pengaruh e-Marketing (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) ...	64
4.6.3. Pengaruh Electronic Customer Relationship Management (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Kesimpulan	66
5.2. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah <i>Base Transceiver Station (BTS)</i> Operator Seluler Indonesia	3
Tabel 1.2. Total Pendapatan Telkomsel tahun 2015-2020	3
Tabel 1.3. Jumlah Pelanggan Telkomsel tahun 2015-2020	5
Tabel 1.4. Pra Survei Kualitas Produk	6
Tabel 1.5. Pra Survei <i>e-Marketing</i>	7
Tabel 1.6. Pra Survei <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	8
Tabel 1.7. Pra Survei Loyalitas Pelanggan	9
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Definisi dan Operasional Variabel	26
Tabel 3.2. Instrumen Skala <i>Likert</i>	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	<i>Summary of the nPerf barometer 2019 Mobile data connections in Indonesia</i>	2
Gambar 1.2.	Chart Pertumbuhan Pendapatan Operator Seluler tahun 2015-2020.....	4
Gambar 1.3.	Chart Pertumbuhan Pelanggan Operator Seluler tahun 2015-2020.....	5
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	77
Lampiran 2	Data Sebaran Kuesioner	82
Lampiran 3	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87

