

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi Pada Produk *IndiHome* PT.Telkom Indonesia

Area Jakarta Selatan)

SKRIPSI



Nama : Tri Sutopo

Nim : 43116120357

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi Pada Produk *IndiHome* PT. Telkom Indonesia
Area Jakarta Selatan)

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Tri Sutopo

Nim : 43116120357

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN

PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Pada Produk *IndiHome* PT. Telkom Indonesia

Area Jakarta Selatan)

Dibuat Oleh:

Tri Sutopo

NIM : 43116120357

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

Pada Tanggal : 13 September 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing

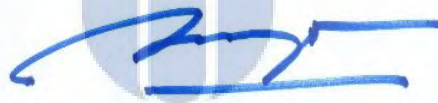


Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tri Sutopo
Nim : 43116120357
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Produk *IndiHome* PT. Telkom Indonesia Area Jakarta Selatan)
Tanggal Sidang : 13 September 2022

Mengesahkan



Pembimbing

(Dr. H. Sonny Indrajaya, MM)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si.)

Ketua Program Studi

S-1 Manajemen



(Dr. H. Sonny Indrajaya, MM)

LPTA 09221612



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tri Sutopo
NIM : 43116120357
Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil 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). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Maret 2022


Tri Sutopo

Nim : 43116120357

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan *perceived value* terhadap loyalitas pelanggan pada produk layanan *IndiHome*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan produk layanan *IndiHome* di wilayah Jakarta Selatan dengan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*, Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, *Perceived Value*, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, product quality and perceived value on customer loyalty to IndiHome service products. The population in this study were all customers of IndiHome service products in the South Jakarta area with a sample of 100 respondents with the sampling technique using convenience sampling, the data collection technique used was a questionnaire. This study uses a quantitative method with a causal approach. Analysis of the data used is statistical analysis in the form of SEM-PLS (Partial Least Square). The results of this study indicate that service quality has a negative and insignificant effect on customer loyalty, product quality has a positive and significant effect on customer loyalty and perceived value has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Perceived Value, Customer Loyalty



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Produk *IndiHome* PT. Telkom Indonesia Area Jakarta Selatan)”.

Penyusunan penelitian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr H. Sonny Indrajaya., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris I Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Lisnatiawati Saragih, SE., MM selaku ketua penguji ujian akhir skripsi dan Bapak Muhammad Nashar D, SE., MM selaku anggota penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.
6. Ibu Viciwati, ST., M.Si., selaku dosen Tugas Akhir yang telah sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan semangat dan memotivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Kepada Bapak dan Ibu dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk memberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
8. Kepada Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Orang tua tercinta dan kakak keluarga besar Bapak Masgi sebagai

motivasi saya yang telah memberikan semangat, doa serta dukungan moral dan materil yang tiada henti-hentinya kepada penulis selama masa perkuliahan.

10. Sahabat dan teman seperjuangan Indri Agustiani, Hafif Thoriq, Hidayattul Akmal dan seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tercapai apa yang diinginkan.
11. Teman satu atap Coto Julianto dan Andi Ramadan yang telah memberikan motivasi, arahan dan semangat kepada penulis dari awal pembuatan penelitian skripsi ini.
12. Seluruh Pelanggan Layanan *IndiHome* Witel Jakarta Selatan yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga penelitian skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Maret 2022

Tri Sutopo

43116 120357

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	01
A. Latar Belakang Penelitian	01
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Kontribusi Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Pemasaran	16
2. Manajemen Pemasaran	17
3. Kualitas Pelayanan	18
4. Kualitas Produk	20
5. <i>Perceived Value</i>	23
6. Loyalitas Pelanggan	26
7. Penelitian Terdahulu	29
8. Rerangka Konseptual	39
B. Pengembangan Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain Penelitian	44
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
1. Definisi Variabel	34
2. Operasional Variabel	35
D. Skala Pengukuran Variabel	48
E. Populasi dan Sampel	48

H. Metode Analisis Data	51
1. Pengertian Partial Least Square (PLS)	52
2. Langkah-Langkah Pengujian Partial Least Square (PLS)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
B. Statistik Deskriptif	60
1. Deskripsi Responden	60
2. Deskripsi Variabel	62
C. Hasil Analisis Data PLS	68
1. <i>Evaluasi Meassurement (OuterModel)</i>	68
2. <i>Evaluasi Struktural Model (Inner Model)</i>	78
D. Pembahasan Penelitian	83
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	83
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
3. Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	86
A. Simpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pelanggan PT. Telkom Indonesia Periode (2017-2021)	4
1.2	Jumlah Kenaikan Pelanggan <i>IndiHome</i> PT. Telkom Indonesia Periode (2017-2021)	6
1.3	<i>Top Brand Indeks</i> (TBI) Kategori ISP dan TV (2017-2021)	8
1.4	Hasil Pra Survey	10
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
3.2	Skala Likert	48
3.3	Rule of Thumb Uji Validitas <i>Convergent dan Discriminant</i>	55
3.4	Rule of Thumb Uji Reliabilitas Konstruk	56
3.5	Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural	57
4.1	Karakteristik Responden	60
4.2	Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	62
4.3	Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Produk	64
4.4	Deskripsi Jawaban Responden <i>Perceived Value</i>	65
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan	67
4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	69
4.7	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> (Modifikasi)	71
4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity (Modifikasi)</i>	72
4.9	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	73
4.10	Hasil Pengujian (<i>Cross loadings</i>) (Modifikasi)	75
4.11	Hasil Pengujian (<i>AVE</i>) (Modifikasi)	76
4.12	Hasil <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterion)</i>	76
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	78
4.14	<i>R Square</i>	79
4.15	Hasil Uji Hipotesis	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Penetrasi Pengguna Internet Indonesia	2
2.1	Rerangka Konseptual	39
4.1	Hasil Algoritma PLS	69
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	71
4.3	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi)	74
4.4	Hasil Bootstrapping (Hasil Uji Hipotesis)	82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pra Survey Pendahuluan	95
2	Kuesioner Penelitian	97
3	Hasil Jawaban Kuesioner	102

