



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ORGANISASI BISNIS
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
ROSYIDAH MARWA
55120120072

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ORGANISASI BISNIS
PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***



TESIS

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ROSYIDAH MARWA
55120120072**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Organisasi Bisnis Perusahaan Telekomunikasi Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Rosyidah Marwa

NIM : 55120120072

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 23 Agustus 2023

Mengesahkan,
Pembimbing

UNIVERSITAS
Rosyidah
MERCU BUANA

Dr. Rina Astini, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak



Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Organisasi Bisnis Perusahaan Telekomunikasi Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Rosyidah Marwa

NIM : 55120120072

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 23 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Progam 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.

Jakarta, 23 Agustus 2023



Rosyidah Marwa

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Organisasi Bisnis Perusahaan Telekomunikasi Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*". Tesis ini adalah syarat dalam rangka memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Rina Astini, MM selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Dalam prosesnya, penyusunan Tesis ini tidak lepas dari arahan, bimbingan, bantuan, serta dukungan yang sangat berarti bagi penulis 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. Prof Dr. Andi Adriansyah M Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Arief Bowo Prayoga Kasmu, MM, Selaku Penelaah Seminar Proposal dan Penguji Seminar Hasil, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Agus Arijanto, MM, selaku Ketua Penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis.
6. Dr. Daru Asih, SE, MM, selaku Dosen Penguji ujian akhir Tesis yang telah memberikan masukan dan saran yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis.
7. Teristimewa keluargaku, kerabat dan teman-teman serta responden yang telah membantu penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. 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, 23 Agustus 2023



Rosyidah Marwa

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Rosyidah Marwa
NIM : 55120120072
Program Studi : MAGISTER MANAJEMEN

dengan judul

“Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Enterprise Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 29/7/2023, didapatkan nilai persentase sebesar 28 %.

Jakarta, 29 Juli 2023
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Arie Pangudi, A.Md

DAFTAR ISI

	Halaman
<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	14
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Kontribusi Penelitian	15
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.2. Kontribusi Penelitian.....	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	17
2.1. Kajian Teori	17
2.1.1. Pemasaran	17
2.1.2. Perilaku Pelanggan	18
2.1.3. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB).....	19
2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	20
2.1.5. Kualitas Layanan	22
2.1.6. Persepsi Harga	24
2.1.7. Kualitas Pengalaman Pelanggan.....	25
2.1.8. Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2. Penelitian Terdahulu	28
2.2.1. Tabel Mapping Jurnal	30
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	38
2.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
2.3.2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	39
2.3.3. Pengaruh Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	40

2.3.4.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	41
2.3.5.	Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	42
2.3.6.	Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	43
2.3.7.	Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	44
2.4.	Kerangka Pemikiran	45
2.5.	Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN 47

3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
3.2.	Desain Penelitian	47
3.3.	Definisi Operasional Variable	47
3.3.1.	Variabel Independen/ Bebas (Variabel X).....	48
3.3.2.	Variabel <i>Intervening</i> /Mediasi (Variabel Z)	48
3.3.3.	Variabel Dependen/ Terikat (Variabel Y)	49
3.4.	Skala Pengukuran Variabel.....	49
3.5.	Populasi dan Sampel.....	50
3.5.1.	Populasi	50
3.5.2.	Operasional Variabel	50
3.5.3.	Sampel Penelitian	52
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.7.	Metode Analisa Data	55
3.7.1.	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	55
3.7.2.	Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59

4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	59
4.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan Telkom Indonesia.....	59
4.1.2.	Aspek Manajemen	60
4.1.3.	Visi dan Misi serta Budaya Organisasi Perusahaan	61
4.1.4.	Struktur Organisasi CCE	62
4.2.	Analisis Data.....	63
4.2.1.	Evaluasi <i>Measurment</i> (<i>Outer</i>) Model	67
4.2.2.	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	73
4.2.3.	Pengujian Hipotesis Penelitian	79
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan bisnis	83
4.3.2.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan bisnis	84

4.3.3.	Pengaruh Kualitas Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan bisnis	85
4.3.4.	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	87
4.3.5.	Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	88
4.3.6.	Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.3.7.	Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1.	Kesimpulan	93
5.2.	Saran	94
5.2.1.	Saran Praktis	95
5.2.2.	Saran Akademis.....	96
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Market share 2021	2
Gambar 1.2 Sektor informasi dan komunikasi masih tumbuh pesat pada kuartal I 2022	3
Gambar 1.3 Tren data pertumbuhan industri informasi dan komunikasi setiap tahunnya.....	3
Gambar 1.4 Tren Pertumbuhan Digitalisasi Bisnis di Indonesia 2022	4
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	45
Gambar 4.1 Logo PT Telkom Indonesia Tbk	59
Gambar 4.2 Struktur Organisasi unit CCE di PT Telkom Indonesia Tbk	62
Gambar 4.3 Hasil Output Diagram Jalur.....	68
Gambar 4.4 Hasil Uji Bootsraping.....	78



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Market Share Pemain Industri Telekomunikasi.....	2
Tabel 1.2 Hasil CSI dan CLI.....	6
Tabel 1.3 Jumlah pelanggan Telkom	7
Tabel 2.1 Mapping Jurnal	31
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert.....	49
Tabel 3.2 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	50
Tabel 3.3 Tabel Referensi dalam Menentukan Jumlah Sampel.....	53
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	63
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	65
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	65
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kualitas Pengalaman Pelanggan.....	66
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	67
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Convergent Validity	69
Tabel 4.8 Hasil Pengujian AVE.....	70
Tabel 4.9 Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai <i>R-square</i> (R^2).....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Model Fit	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) Pengaruh Langsung.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) Pengaruh Tidak Langsung	77
Tabel 4.16 Hasil Uji T-Statistics (Boostrapping) Pengaruh Langsung.....	78
Tabel 4.17 Hasil Uji T-Statistics (Boostrapping) Pengaruh Tidak Langsung	79
Tabel 4.18 Hasil Hipotesa Pengaruh Langsung	80
Tabel 4.19 Hasil Hipotesa Pengaruh Tidak Langsung.....	81
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesa Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .	83

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	103
Lampiran 2: Tabulasi Variabel	107

