



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA
INTERNET PRABAYAR MOBILE SELULER
TELKOMSEL DI BOGOR**



Martua Andreas Simanjuntak

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
55120110131

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



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA
INTERNET PRABAYAR MOBILE SELULER
TELKOMSEL DI BOGOR**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

MARTUA ANDREAS SIMANJUNTAK

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
55120110131

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

ABSTRAK

Populasi Indonesia yang berusia 16 hingga 64 tahun menghabiskan waktu untuk mengakses internet dengan rata-rata 5,7 jam per hari menggunakan telepon seluler. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan, terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pengguna internet prabayar telepon seluler Telkomsel di wilayah Bogor. Data dikumpulkan menggunakan metodologi penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan ukuran sampel sebanyak 119 responden. Hasil penelitian mendukung seluruh hipotesis bahwa persepsi harga dan kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan memiliki dampak secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan juga kepuasan pelanggan memediasi persepsi harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel. Bagi peneliti di masa depan dapat menambahkan variabel lain untuk memperluas penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.



ABSTRACT

The population of Indonesia, aged 16 to 64 years spends an average of 5.7 hours per day accessing the internet using a smartphone. This research aims to investigate the influence of price perception and service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty among prepaid mobile internet users of Telkomsel in the Bogor area. Data were collected using a quantitative descriptive research methodology. The data analysis technique used was structural equation modeling - partial least squares (SEM-PLS). The sampling method used was purposive sampling, with a sample size of 119 respondents. The study findings support all hypotheses, indicating that price perception, service quality, and customer satisfaction have a positive and significant impact on customer loyalty. Furthermore, customer satisfaction mediates the relationship between price perception, service quality, and customer loyalty towards Telkomsel users. Researchers in the future can expand the study by contain additional variables.

Keyword: Price Perception, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.



LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan
: Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya
: Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Internet
: Prabayar Mobile Seluler Telkomsel Di Bogor.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Martua Andreas Simanjuntak

NIM : 55120110131

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2023

Mengesahkan
Pembimbing

UNIVERSITAS

(Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM.)

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., Ak.)

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM.)

LEMBAR PERNYATAAN

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

Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pengguna Internet Prabayar Mobile Seluler
Telkomsel Di Bogor.

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Martua Andreas Simanjuntak

NIM : 55120110131

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 25 Agustus 2023

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, 25 Agustus 2023



Martua Andreas Simanjuntak

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Martua Andreas Simanjuntak
NIM : 55120110131
Program Studi : Magister Management

dengan judul

“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel Prabayar Mobile Seluler di Bogor”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal tgl/bln/thn, didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis kepada Tuhan atas berkat dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Internet Prabayar Mobile Seluler Telkomsel di Bogor”**.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan 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. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Lenny C. Nawangasari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Dendi Anggi Gumilang, MM, selaku dosen pembimbing Tesis yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini.

4. Bapak Dudi Permana, Ph. D, selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan dan pengembangan Tesis ini.
5. Pengguna Telkomsel, yang menjadi responden dalam penelitian ini menyempatkan waktu dalam memberikan perhatiannya demi terselesaikannya Tesis ini.
6. Karyawan perusahaan telekomunikasi, yang telah memberikan masukan yang membantu untuk kemajuan penulisan Tesis ini.
7. Teristimewa Orang tua, Keluarga dan isteri tercinta dr. Truely Panca yang telah memberikan doa, dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis 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 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, 25 Agustus 2023

Martua Andreas Simanjuntak

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kontribusi Penelitian	15
1.3.1 Tujuan Penelitian	15
1.3.2 Kontribusi Penelitian	15
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Teori	17
2.1.1 Social Exchange Theory	17
2.1.2 Theory Acceptance Model	18
2.1.3 Perilaku Konsumen	19
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	20
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.6 Kualitas Layanan	24
2.1.7 Persepsi Harga	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	38
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.	38

2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	38
2.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	39
2.3.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
2.3.5 Kepuasan Pelanggan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	40
2.3.6 Kepuasan Pelanggan mampu memediasi antara persepsi harga dan loyaitas Pelanggan.....	41
2.3.7 Kepuasan Pelanggan mampu memediasi antara kualitas layanan terhadap loyalitas Pelanggan	42
2.4 Hipotesis	44
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Desain Penelitian	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.3 Populasi dan Sampel	49
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Metode Analisis Data.....	51
BAB IV	59
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.1.1 Sejarah dan Profil PT. Telekomunikasi Seluler Tbk	59
4.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Seluler Tbk.....	60
4.1.3 Produk dan Layanan PT. Telekomunikasi Seluler.....	60
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Seluler Tbk	62
4.2 Hasil Analisa Data	63
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	64
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	66
4.2.3 Perancangan Outer Model.....	70
4.2.4 Pengukuran Outer Model	71
4.2.5 Model Pengukuran Inner Model	78
4.2.6 Pengujian Hipotesis	83
4.3 Pembahasan.....	87

4.3.1 Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	87
4.3.2 Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	88
4.3.3 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan	89
4.3.4 Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	90
4.3.5 Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	91
4.3.6 Kepuasan Pelanggan Mampu Memediasi Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
4.3.7 Kepuasan Pelanggan mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	93
BAB V	94
KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	95
5.2.1 Praktis bagi Perusahaan	95
5.2.2 Saran Akademik Untuk Penelitian Selanjutnya	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	110
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Base Transceiver Station (BTS) Operator Seluler	5
Tabel 1. 2 Pengalaman Jaringan Seluler Provider di Indonesia.....	5
Tabel 1. 3 Total Pendapatan Telkomsel tahun 2017-2022	7
Tabel 1. 4 Jumlah Pelanggan Operator Seluler tahun 2017- 2020	7
Tabel 1. 5 Daftar Harga Paket internet prabayar Telkomsel.....	9
Tabel 1. 6 Laporan Pencapaian Standar Kualitas Pelayanan	10
Tabel 1. 7 Hasil Pra survey Penelitian	13
Tabel 2. 1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	64
Tabel 4. 2 Interval Penilaian Variabel	67
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Persepsi Harga (X1).....	67
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (X2)	68
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan (Z).....	69
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan (Y)	70
Tabel 4. 7 Nilai Loading Factor	73
Tabel 4. 8 Nilai Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion) dan Akar Average Variance Extracted	74
Tabel 4. 9 Nilai Cross Loading	75
Tabel 4. 10 Nilai HTMT	76
Tabel 4. 11 Nilai Composite Reliability	77
Tabel 4. 12 Nilai Cronbach's Alpha	78
Tabel 4. 13 Nilai R2	79
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Q ²	80
Tabel 4. 15 Nilai F ²	81
Tabel 4. 16 Collinearity Statistics (Inner VIF Values)	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	84
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Penduduk Indonesia yang memiliki ponsel.....	1
Gambar 1. 2 Analisis Regional Pengalaman Jaringan Seluler Provider di Indonesia	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	43
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Telkomsel.....	62
Gambar 4. 2 Perancangan Outer Model.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Loading Factor	72
Gambar 4. 4 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> PLS	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Kuesioner	110
Lampiran 2 Lampiran Data Input Smart PLS	116
Lampiran 3 Lampiran Data Output Smart PLS	119

