

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SIM CARD SMARTFREN
DI WILAYAH JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

BINTANG SATRIA FIRDAUS

203402516066



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA PRODUK SIM CARD SMARTFREN
DI WILAYAH JAKARTA SELATAN**

**INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF PRICE, SERVICE QUALITY AND
CUSTOMER SATISFACTION REGARDING CUSTOMER LOYALTY
ON SMARTFREN SIM CARD PRODUCTS
IN THE SOUTH JAKARTA REGION**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



BINTANG Satria Firdaus
203402516066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SIM CARD SMARTFREN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 10 Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan



Bintang Satria Firdaus
203402516066

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SIM CARD SMARTFREN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Bintang Satria Firdaus**

Nomor Pokok : **203402516066**

Program Studi : **Manajemen**



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK SIM CARD SMARTFREN DI WILAYAH JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : **Bintang Satria Firdaus**

Nomor Pokok : **203402516066**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Ketua Penguji,

Anggota / Penguji,

(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)



Mengetahui,
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta : 20 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 20 Agustus 2024

ABSTRAK

JUDUL BERBAHASA INDONESIA

Oleh :

Bintang Satria Firdaus

NPM : 203402516066

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Elwisam, S.E., M.M.

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan pada pengguna produk Sim Card Smartfren adalah persepsi harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Persepsi harga merupakan penilaian pelanggan terhadap harga suatu produk atau layanan. Persepsi harga yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sebaliknya persepsi harga yang negatif dapat menurunkan loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Produk Sim Card Smartfren di Kota Jakarta Selatan Metode penelitian nya menggunakan metode kuantitatif Persepsi harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi persepsi pelanggan terhadap harga Sim Card Smartfren, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis terbukti, yaitu semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan Smartfren, semakin tinggi pula loyalitas pelanggannya. Menjaga harga yang kompetitif dengan menyesuaikan harga produk dan layanan Smartfren dengan kondisi pasar dan daya beli pelanggan. Dan menawarkan paket-paket bundling dengan harga yang menarik dan nilai tambah yang jelas bagi pelanggan. Meningkatkan Kualitas Layanan dengan menetapkan standar pelayanan yang tinggi dan konsisten di semua outlet dan channel layanan Smartfren. Serta memperluas jangkauan jaringan Smartfren untuk memastikan layanannya mudah diakses oleh pelanggan di seluruh wilayah Indonesia. Meningkatkan persepsi harga dan kualitas layanan dengan melakukan komunikasi yang jelas dan transparan kepada pelanggan tentang produk dan layanan Smartfren. Serta memberikan edukasi kepada pelanggan tentang manfaat dan cara penggunaan produk dan layanan Smartfren.

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

ABSTRACT

JUDUL BERBAHASA INGGRIS

By :

Bintang Satria Firdaus

NPM : 203402516066

Thesis, under the guidance Dr. Elwisam, S.E., M.M.

There are several factors that can influence customer loyalty among Smartfren Sim Card product users, namely price perception, service quality and customer satisfaction. Price perception is a customer's assessment of the price of a product or service. Positive price perceptions can increase customer loyalty, whereas negative price perceptions can reduce customer loyalty. The aim of this research is to analyze the influence of price perception, service quality and customer loyalty on customer loyalty to Smartfren Sim Card products in South Jakarta City. The research method uses quantitative methods. Price perception has a positive and significant influence on customer loyalty. This shows that the hypothesis is proven, namely the higher the customer's perception of the Smartfren Sim Card price, the higher the customer loyalty. Service quality has a positive and significant influence on customer loyalty. This shows that the hypothesis is proven, namely the higher the service quality felt by customers, the higher the customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty. This shows that the hypothesis is proven, namely the higher the level of customer satisfaction with Smartfren products and services, the higher the customer loyalty. Maintain competitive prices by adjusting the prices of Smartfren products and services to market conditions and customer purchasing power. And offers bundling packages at attractive prices and clear added value for customers. Improving Service Quality by setting high and consistent service standards in all Smartfren outlets and service channels. As well as expanding the reach of the Smartfren network to ensure its services are easily accessible to customers throughout Indonesia. Improve price perceptions and service quality by providing clear and transparent communication to customers about Smartfren products and services. As well as providing education to customers about the benefits and how to use Smartfren products and services.

Keywords: Price Perception, Service Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr.Wb.

Dengan mengucap puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ialah **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sim Card Smartfren Di Wilayah Jakarta Selatan”**

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang diajukan guna menyelesaikan studi pada program manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Wakil Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
6. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan serta pengarahan selama proses penelitian dan penulisan.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
8. Bapak Endy Satriadi dan Ibu Nani Herlina serta semua saudara saya yang selalu memberikan semangat dan kasih sayang kepada penulis.

9. Teman-teman Prodi Manajemen untuk kebersamaan, bantuan, dan kerjasama selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
10. Para staf administrasi dan pelayanan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan pelayanan terkait akademik dan administrasi selama penulis menjalani proses belajar di Program Studi Manajemen.
11. Serta semua kerabat terdekat penulis yang sangat berjasa memberikan tawa canda, perhatian, support, motivasi, dan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas ini

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam tesis ini, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membaca dan membutuhkan.



Jakarta, 10 Agustus 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Bintang Satria Firdaus', written over a white background.

Bintang Satria Firdaus

Daftar Isi	Halaman
DAFTAR ISI	i
HALAMAN SAMPUL JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN ABSTRACT	iv
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR OLEH PRODI	v
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR OLEH PENGUJI	vi
HALAMAN PERNYATAAN PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Manajemen Pemasaran	8
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2. Tujuan Manajemen Pemasaran	8
3. Fungsi Manajemen Pemasaran	9
B. Loyalitas Pelanggan	10
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	10
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	10
3. Indikator Loyalitas Pelanggan	11
C. Persepsi Harga	12
1. Pengertian Persepsi Harga	12
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga	13
3. Indikator Persepsi Harga	13

D. Kualitas Pelayanan	14
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2. Indikator Kualitas Pelayanan	14
E. Kepuasan Pelanggan	15
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
3. Indikator Kepuasan Pelanggan	16
F. Keterkaitan/ Hubungan antar variabel penelitian	17
1. Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	17
2. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	17
3. Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	18
G. Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian	18
H. Kerangka Analisis	21
I. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Objek Penelitian	22
B. Rencana dan Tahap Penelitian	22
1. Rencana Penelitian	22
2. Tahap Penelitian	22
C. Data Penelitian	22
1. Sumber Data dan Jenis Data	22
2. Populasi dan Sampel	23
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	25
D. Definisi Operasional dan pengukuran Variabel	27
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	29
1. Metode Analisis	29
a. Metode Analisis Deskriptif	29
b. Metode Analisis Inferensial	29
c. Uji Instrumen	30
1) Validitas Konstruk	30
2) Reliabilitas Konstruk	30
d. Uji Asumsi Klasik	31

1) Normalitas Data	31
2) Multikolinearitas	31
3) Heterokedastisitas	32
4) Auto Korelasi	33
e. Analisis Regresi Linear Berganda	33
f. Uji Kelayakan Model	34
1) Uji F	34
2) Uji Koefisien Determinasi	34
2. Pengujian Hipotesis	34
Uji t (Parsial)	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Deskripsi Data Penelitian	36
Sejarah PT. Smartfren Telecom Tbk.	36
2. Karakteristik Responden	36
a. Jenis Kelamin	36
b. Usia	36
c. Pekerjaan	37
d. Pendapatan	39
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	40
a. Uji Instrumen	41
1) Validitas Konstruk	41
2) Reliabilitas Konstruk	41
b. Uji Asumsi Klasik	45
1) Normalitas Data	45
2) Multikolinearitas	46
3) Auto Korelasi	47
4) Heterokedastisitas	48
c. Analisa Regresi Linear Berganda	49
d. Uji Kelakayan Model	51
1) Uji F	51
2) Uji Koefisien Determinasi	51

e. Pengujian Hipotesis	52
B. Pembahasan	52
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	54
2. Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	55
3. Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN OLAH DATA	



DAFTAR TABEL

Keterangan	Halaman
Tabel 1.1 Perusahaan Provider Seluler di Indonesia	2
Tabel 1.2 Operational Performance	3
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	40



DAFTAR GAMBAR

Keterangan	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Analisis	21
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	40

