



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS KINERJA BAURAN
PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU
PRABAYAR KARTU AS EXTRA AMPUH
DI SMAN 2 BONDOWOSO**

SKRIPSI

Oleh
ADITYA ARROCHMAN
NIM. 070810201195

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS KINERJA BAURAN
PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU
PRABAYAR KARTU AS EXTRA AMPUH
DI SMAN 2 BONDOWOSO**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh

ADITYA ARROCHMAN

NIM. 070810201195

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah atas segala rahmat, hidayah dan ridho Allah SWT yang tiada henti Engkau limpahkan kepadaku selama ini. Nabi Muhammada SAW yang menjadi suri tauladan bagi umatnya, semoga diriku mampu mengikuti jejaknya.

Karya tulis skripsi ini Saya Persembahkan Kepada :

1. Allah SWT, Pemilik seluruh alam raya;
2. Muhammad SAW, Pemimpin dan Panutan Ummat Manusia
3. Ayahanda Muhammad Saleh dan Ibunda Ninin Fuana Dahlan tersayang, Ananda akan terus berusaha memenuhi harapan-harapan yang telah engkau percayakan. Terimakasih atas rangkaian doa yang tulus tiada henti, segala dukungan, motivasi, perhatian, pendidikan serta kasih sayang yang tiada ternilai untuk ananda. Semoga Alloh senantiasa mencurahkan Rahmat dan Karunia-Nya baik di dunia maupun di akhirat, amin...
4. Kakakku Ariska Reza Maulan dan Dewi Lucy Kurnia Sari, atas dukungan, doa dan kebersamaan kalian menemani ananda selama ini;
5. Harum Sekar Andini tersayang yang telah menemani hari-hari ananda dengan penuh kesabaran dan kesetiaan. Terimakasih untuk setiap motivasi, dukungan dan pengorbanan selama ini;
6. Bapak-Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
7. Almameter tercinta, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;

MOTTO

“ Jadikan Sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(Q.S. Al Israa : 37)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat berarti bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(Q.S. Al Baqarah : 216)

Berdoalah kepada Allah dalam keadaan yakin dikabulkan, dan ketahuilah bahwa sesungguhnya Allah tidak akan mengabulkan doa dari hati yang lalai.

(HR. At Tirmidzi)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aditya Arrochman

NIM : 070810201195

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2 Bondowoso

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat merupakan hasil karya sendiri, bukan menjiplak dari karya tulis orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Jember, 15 Juni 2012

Yang menyatakan,

Aditya Arrochman

NIM. 070810201195

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS KINERJA BAURAN
PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU
PRABAYAR KARTU AS EXTRA AMPUH
DI SMAN 2 BONDOWOSO**

Oleh

Aditya Arrochman
NIM: 070810201195

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. H. Abdul Halim M.Si

Dosen Pembimbing Anggota : Drs Achmad Ichwan

PENGESAHAN

PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN ATAS KINERJA BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU PRABAYAR KARTU AS EXTRA AMPUH DI SMAN 2 BONDOWOSO

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Aditya Arrochman

NIM : 070810201195

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji pada tanggal : Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Sumani, SE., M.Si :
NIP 19690114 200501 1 002

Sekretaris : Drs. H. Abdul Halim M.Si :
NIP.19501221 197801 1 001

Anggota : Drs. Ach. Ichwan :
NIP.19480501 197903 1 001



Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 195608311984031002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas Kinerja Bauran
Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu
Prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2
Bondowoso

Nama : Aditya Arrochman

NIM : 070810201195

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim M.Si

NIP.19501221 197801 1 001

Drs. Ach. Ichwan

NIP. 19480501 197903 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Prof. Dr. Hj. Isti Fadiah, M.Si

NIP. 196610201990022001

ABSTRACT

This study aimed to determine whether there is simultaneous and the partial effect of the product, price, distribution, promotion, people, physical evidence and process of the consumer's loyalty at Kartu As Extra Ampuh in SMAN 2 Bondowoso, sample method is to use a purposive sampling, this study using the method of Multiple Linear Regression Analysis.

Simultaneously the the product (X1), price (X2), distribution (X3), promotion (X4), people (X5), physical evidence (X6) and process (X7) significant effect on consumers loyalty at Kartu As Extra Ampuh in SMAN 2 Bondowoso. This can be evidence from the result of analysis that the F_{test} . $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($152,67 > 2,306$) the amount of the influence can be seen from the R_{square} is equal to 0,921 which indicates that the influence of independent variables on the dependent variable in the consumers's loyalty at Kartu As Extra Ampuh in SMAN (x1), price (X2), distribution (X3), promotion (X4), people (X5), physical evidence (X6) and process (X7) significantly influenced consumers loyalty at Kartu As Extra Ampuh in SMAN 2 Bondowoso, because all variables have consecutive t_{hitung} which is greater than t_{tabel} .

Conclusion overall the dependent variable partially or simultaneously positive and significant effect on the dependent variable (consumer loyalty), the most influential to consumers loyalty is product that has the highest coefficient of 3,931

Keyword : satisfaction, product, price, distribution, promotion, people, physical evidence, process, multiple linear regression analysis, consumers loyalty

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh simultan dan parsial dari kepuasan pada produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Kartu As Extra Ampuh. Metode pengambilan sample adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling*, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Pengaruh simulatan variabel produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), promosi (X4), orang (X5), bukti fisik (X6) dan proses (X7) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen kartu prabayar Kartu As Extra Ampuh. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis uji F. $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($152,67 > 2,306$), besarnya pengaruh dapat diketahui dari R^2 sebesar 0,921 yang menunjukkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), promosi (X4), orang (X5), bukti fisik (X6) dan proses (X7) menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh sebesar 92% terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2 Bondowoso.

Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), promosi (X4), orang (X5), bukti fisik (X6) dan proses (X7) secara signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen kartu prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2 Bondowoso, karena semua variabel memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Kesimpulan secara keseluruhan variabel independen (produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses) baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan kartu prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2 Bondowoso, sedangkan variabel yang berpengaruh paling dominan merupakan variabel produk (x1) karena memiliki koefisien terbesar (3,931).

Kata Kunci : kepuasan, produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik, proses, analisis regresi linear berganda, loyalitas konsumen

PRAKATA

Segala puji bagi Allah, yang tiada hentinya-hentinya memberikan kenikmatan berupa iman, rahmat, dan petunjuk kepada semua hamba-hambanya. Berkat petunjuk-Nya pula, skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Pelanggan Atas bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar Kartu As Extra Ampuh di SMAN 2 Bondowoso” dapat terselesaikan.

Penulisan karya ilmiah ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesarnya kepada:

1. Prof. Pr selaku Dekan Fakultas. Dr. H. M. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Istifadah, S.E M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Drs. H. Abdul Halim M.Si selaku dosen pembimbing I dan Drs Ach. Ichwan selaku dosen Pembimbing II;
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini;
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 16 Juni 2012

Aditya Arrochman

DAFTAR ISI

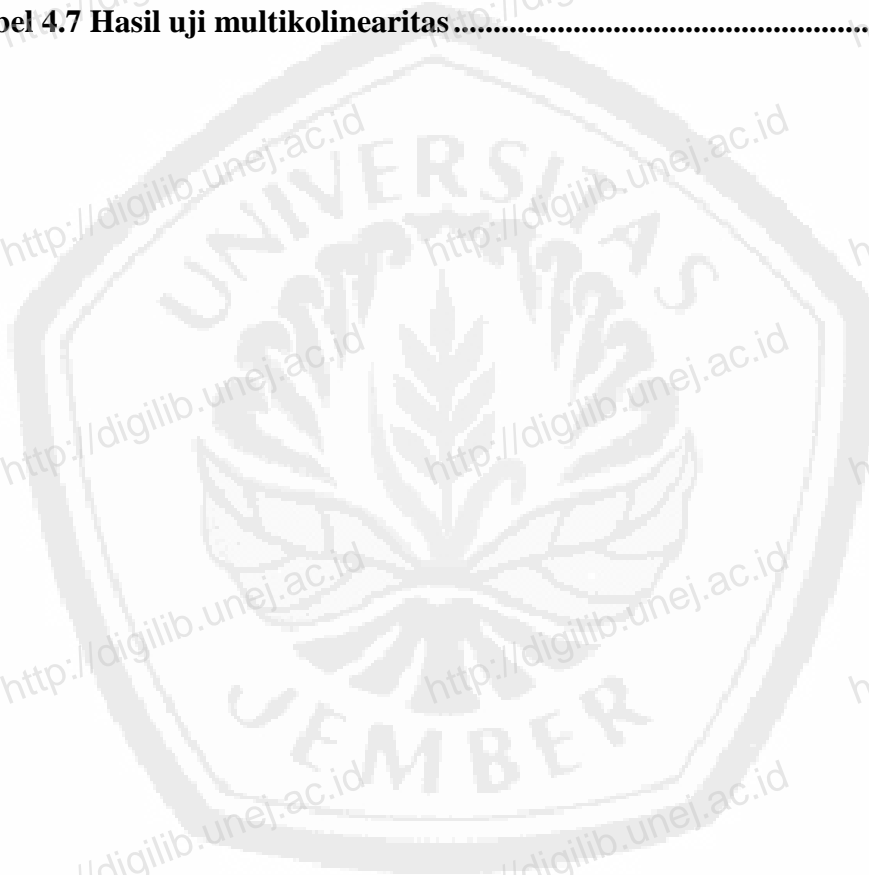
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pengertian Manajemen pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Pemasaran.....	6
2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	7
2.4 Strategi Pemasaran Jasa.....	8
2.5 Bauran Pemasaran Jasa.....	9
2.6 Pengertian dan Klasifikasi Produk.....	10
2.6.1 Pengertian produk.....	10
2.6.2 Klasifikasi produk.....	11
2.7 Definisi Jasa.....	11
2.7.1 Pengertian Jasa.....	11
2.7.2 Karakteristik Jasa.....	11
2.8 Kepuasan Pelanggan.....	12

2.8.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	12
2.8.2 Tipe-tipe kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan	14
2.8.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	15
2.9. Loyalitas pelanggan	17
2.9.1 Definisi loyalitas	17
2.9.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	18
2.9.3 Merancang dan Menciptakan Loyalitas	18
2.9.4 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	19
2.10 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	20
2.11 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	21
2.12 Kerangka Konseptual	23
2.12 Hipotesis	24
2.12.1 Hipotesis Keseluruhan	24
2.12.2 Sub Hipotesis	24
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Rancangan Penelitian	25
3.2 Populasi dan Sampel	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Identifikasi Variabel	26
3.5 Definisi Operasional Variabel	27
3.6 Skala Pengukuran	28
3.7 Metode Analisis	29
3.7.1 Metode Analisis Data	31
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	31
3.7.2.1 Uji Validitas Kuesioner.....	31
3.7.2.2 Uji Reliabilitas Kuesioner	32
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.8 Uji Hipotesis.....	32
3.8.1 Uji Hipotesis Keseluruhan	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9 Kerangka Pemecahan Masalah	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran umum	38
4.1.1 Sejarah singkat PT. Telkomsel	39
4.1.2 Kartu AS	40
4.2. Jenis Kelamin Responden	41
4.3 Pengujian instrumen	41
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.5 Uji Normalitas	46
4.6 Uji Multikolinearitas	47
4.7 Uji Heterokedastisitas	49
4.8 Uji F	46
4.9 Uji t	47
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	51
4.10.1 Variabel Yang Mempengaruhi Konsumen Secara Simultan	51
4.10.2 Variabel Yang Mempengaruhi Konsumen Secara Parsial	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya dan Penelitian Sekarang	22
Tabel 4.1 Karakteristik tersponden berdasarkan jenis kelamin	41
Tabel 4.2 Tabel hasil uji validitas	42
Tabel 4.3 hasil uji reliabilitas	43
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.5 Hasil uji F	49
Tabel 4.6 Hasil uji t	50
Tabel 4.7 Hasil uji multikolinearitas	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner**
- Lampiran 2 Rekapitulasi kuisioner**
- Lampiran 3 Distribusi frekuensi**
- Lampiran 4 Hasil uji validitas**
- Lampiran 5 Hasil uji reliabilitas**
- Lampiran 6 Analisis regresi linear berganda**
- Lampiran 7 Uji asumsi klasik**
- Lampiran 8 t tabel**

