



**PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION* TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN PT INDOSAT, TBK
KALANGAN KOMUNITAS IM3 DI KOTA JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

ROSSY AYU ANGGIM

NIM 070810291185

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rossy Ayu Anggi M

NIM : 070810291185

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “Pengaruh *Marketing Communication* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 di Kota Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 Januari 2012

Yang menyatakan,



Rossy Ayu Anggi M

PENGESAHAN

PENGARUH *MARKETING COMMUNICATION* TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PT INDOSAT, TBK KALANGAN KOMUNITAS IM3 DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rossy Ayu Anggi M
NIM : 070810291185
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 01 Februari 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Handriyono, MSi :
NIP. 1960208 021990 2 1 001
Sekretaris : Drs. Didik Pudjo, M. Msi :
NIP. 19610209 198603 1 001
Anggota : Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si. :
NIP. 19670421 199403 1 008.



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Communication*
Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan
PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 Di
Kota Jember

Nama : Rossy Ayu Anggi M
NIM : 070810291185
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

Drs. Didik Pudjo. M. MS
NIP. 19610209 198603 1 001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal :

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah... Akhirnya selesai juga satu langkah hidupku. Semua ini tulus kupersembahkan sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasihku, hormat dan kasih sayangku kepada :

- 1. Kedua Orangtuaku, Subandriyo dan Khusnul Khotimah yang telah melahirkan, merawat, membimbing, mendoakan dan memberi kasih sayang serta pengorbanannya selama ini;*
- 2. Suamiku tercinta Wawan Setiawan yang telah menemani, mengingatkan dalam setiap kelemahan, memberi dukungan dan perhatian yang telah diberikan selama ini;*
- 3. Buah hatiku tersayang Bilqis Haura Salsabila W kaulah motivasiku;*
- 4. Kakakku M. Ifan H, kakak Ipar Ainin L, Adikku Shofi K L dan ponakanku Asyraf Z A A yang telah memberikan semangat untukku;*
- 5. Keluarga besarku di Lumajang terima kasih atas segala dukungan serta doanya selama ini;*
- 6. Guru-guru yang telah mendidik dan membimbingku selama ini;*
- 7. Teman-teman seperjuanganku Iva, Reva, Bela, Reny, Vinda, Metha, Bayu, Gito, Tutik dan Wahyu;*
- 8. Teman-teman MARS (mahasiswa management regular sore 2007);*
- 9. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.*

MOTTO

Hidup ini menuntut kontribusi setiap orang dan terserah kepada individu itu sendiri untuk menemukan apa kontribusinya

Viktor Frankl

Belajar sabar dan mengalah akan mengalahkan segala rintangan
Belajar mempercayai dan mencintai akan memberikan pondasi yang kuat untuk kebahagiaan.

Penulis

Rossy Ayu Anggi M

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini antara lain untuk menguji pengaruh *marketing communication* terhadap loyalitas pelanggan PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 di Kota Jember, untuk menguji pengaruh *marketing communication* terhadap kepuasan pelanggan PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 di Kota Jember. Untuk menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 di Kota Jember. Jenis penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*). Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan di kalangan komunitas IM3 yang membeli dan menggunakan produk IM3 di Kota Jember. Metode analisis data menggunakan SEM. Hasil analisis data menunjukkan bahwa *marketing communication* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kalangan komunitas IM3 di Kota Jember. *Marketing communication* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas IM3 di Kota Jember. Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas IM3 di Kota Jember.

Kata kunci : *marketing communication*, kepuasan dan loyalitas konsumen.

Rossy Ayu Anggi M

Management Departement, Economic Faculty, Jember University

ABSTRACT

Purpose of this research are to test influence marketing communication to customer loyalty of PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 in Kota Jember, to test effect marketing communication to customer satisfaction of PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 in Kota Jember, test satisfaction effect to customer loyalty of PT Indosat, Tbk Kalangan Komunitas IM3 in Kota Jember. This research type is explanation research. Population this research are customer among community IM3 buying and applies product IM3 in Kota Jember. Analytical method applies SEM. Result of data analysis indicates that marketing communication have significant effect to satisfaction of community IM3 in Kota Jember. Marketing communication have significant to loyalty IM3 in Kota Jember. Satisfaction of consumer have significant to loyalty IM3 in Kota Jember.

Keyword : marketing communication, customer satisfaction and customer loyalty

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Drs. Didik Pudjo, M. MS selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Teman-temanku angkatan 2007.
4. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Empiris	9
2.2 Kajian Teoretis	12
2.2.1 Pemasaran Sebagai Bagian dari Keseluruhan Kegiatan Produksi	12
2.2.2 Komunikasi Pemasaran	14
2.2.3 Arti Penting Komunikasi dalam Pemasaran	18
2.2.4 Kepuasan Konsumen	22
2.2.5 Loyalitas Konsumen	26
2.2.6 Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen	27

2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis.....	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	21
3.2.1 Jenis Data	21
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	22
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.4 Hipotesis	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Sebelum Menjadi BUMN.....	46
4.1.2 Setelah Menjadi BUMN	49
4.1.3 Fungsi PT. Indosat	50
4.1.4 Tujuan PT. Indosat	51
4.1.5 Visi dan Misi PT. Indosat	51
4.1.6 Produk PT. Indosat	52
4.2 Karakteristik Responden	53
4.2.1 Usia Responden	53
4.2.2 Jenis Pekerjaan Responden	54
4.2.3 Frekuensi Pembelian	55
4.3 Diskripsi Variabel Penelitian	55
4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap <i>Marketing Communication</i> (X1)	51
4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Kepuasan (Y1).....	58
4.3.3 Deskripsi Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y2) ..	59
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	61
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk <i>Marketing Communication</i> (X)	62
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan (Y1)	63
4.4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Loyalitas Konsumen (Y2)	63
4.5 Analisis Data	64
4.5.1 Uji Asumsi SEM	64

4.5.2 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	66
4.5.3 Pengujian Hipotesis	68
4.5.4 Perhitungan Pengaruh Variabel Eksogen dan Endogen	70
4.6 Pembahasan	72
4.6.1 Pengaruh <i>Marketing communication</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	72
4.6.2 Pengaruh <i>Marketing communication</i> terhadap Loyalitas Konsumen	75
4.6.3 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Kalangan komunitas IM3	76
4.6.4 Pengaruh Tidak Langsung antara <i>Marketing communication</i> dan Kepuasan Terhadap Loyalitas	77
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
3.1 Uji Kesesuaian Model.....	41
4.1 Usia Responden	54
4.2 Jenis Pekerjaan Responden	54
4.3 Frekuensi Pembelian	55
4.4 Penilaian Responden Terhadap <i>Marketing communication</i> , Kepuasan dan Loyalitas Kalangan komunitas IM3 Jember	57
4.5 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk <i>Marketing communication</i>	62
4.6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Kepuasan (Y1)	63
4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Variabel Loyalitas Konsumen (Y2).....	64
4.8 Indeks Kesesuaian Model SEM	67
4.9 Hasil Pengujian Kausalitas	68
4.10 Pengaruh Langsung Antar Variabel	70
4.11 Pengaruh Tidak Langsung Antar Variabel	71
4.12 Pengaruh Total Antar Variabel	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	24
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	30
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

Lampiran 5 Hasil Uji konfirmatori

Lampiran 6 Hasil Revisi Model