



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

<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4 Hipotesis.....</b>	<b>19</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>21</b>
<b>3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Jenis Data .....	21
3.2.2 Metode Pengumpulan Data .....	22
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>22</b>
<b>3.4 Hipotesis .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>46</b>
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
<b>4.2 Karakteristik Responden .....</b>	<b>53</b>
4.2.1 Usia Responden .....	53
4.2.2 Jenis Pekerjaan Responden .....	54
4.2.3 Frekuensi Pembelian .....	55
<b>4.3 Diskripsi Variabel Penelitian .....</b>	<b>55</b>
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
<b>4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....</b>	<b>61</b>
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
<b>4.5 Analisis Data .....</b>	<b>64</b>
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
<b>4.6 Pembahasan .....</b>	<b>72</b>
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
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>79</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## 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