

SKRIPSI

Analisis Loyalitas Konsumen Terhadap Telkomsel Simpati di

Purwokerto



Disusun oleh :

Yohanes Andrianto

11130031

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2016

SKRIPSI

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP TELKOMSEL SIMPATI DI PURWOKERTO

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

OLEH :

YOHANES ANDRIANTO

11130031

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2016

Lembar Pengesahan

Skripsi dengan judul :

“ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP TELKOMSEL SIMPATI DI
PURWOKERTO”

Telah disetujui dan dipertahan oleh :

YOHANES ANDRIANTO

11130031

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 13 Januari 2017

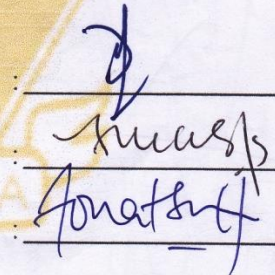
Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, M.M

2. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M

3. Jonathan Herdioko, S.E, M.M



Yogyakarta, 17 JAN 2017

Disahkan Oleh :

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. Singgih Santoso, M.M



Petra Surya Mega Wijaya, S.E. M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP TELKOMSEL SIMPATI DI PURWOKERTO”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta ,adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 3 Januari 2017



(Yohanes Andrianto)

11130031

HALAMAN MOTTO

- ☞ *Kesuksesan hanya dapat diraih dengan segala upaya dan usaha yang disertai dengan doa, karena sesungguhnya nasib seorang manusia tidak akan berubah dengan sendirinya tanpa usaha*
- ☞ *Ingatlah bahwa kesuksesan selalu disertai dengan kegagalan*
- ☞ *Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat lebih baik dari kita*
- ☞ *Jangan menunda – nunda untuk melakukan suatu pekerjaan karena tidak ada yang tahu apakah kita dapat bertemu hari esok atau tidak*
- ☞ *Lakukan yang terbaik, bersikaplah yang baik maka kau akan menjadi orang yang terbaik*

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan penulis untuk :

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus sebagai sumber berkat dan pengharapan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Kepada Kedua Orang Tua Saya yang penulis cintai, selalu memberi semangat dan support dalam setiap proses di hidup penulis.
3. Kepada Dr Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberi banyak arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada yang tercinta dr. Chinthia Liliany yang selalu setia mendampingi penulis suka maupun duka dalam pembuatan skripsi ini (cium :*)
5. Sahabatku yang super Andi, Denny, Nanto, Serafhina, Christina, Aprilia dan Jessica yang tak pernah berhenti menggoda penulis untuk tidak menyelesaikan skripsi ini -_- -
6. Dan teman – teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu – persatu, terima kasih atas support dan doanya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan berkat dan penyertaannya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Analisis Loyalitas Konsumen Terhadap Telkomsel Simpati di Purwokerto”** yang disusun sebagai syarat akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, Desember 2016

Penulis

Yohanes Andrianto

11130031

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	ixii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Jasa.....	8
2.1.2 Loyalitas Konsumen (<i>Consumer Loyalty</i>)	10
2.1.3 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>)	11
2.1.4 Citra Merk (<i>Brand Image</i>)	14
2.1.5 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	17
2.1.6 Harga.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Model penelitian	25
2.4 Hipotesis	26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Deskripsi	27
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	27
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.4 Bentuk Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5.1 Data Primer	28
3.5.2 Data Sekunder	29
3.6 Populasi dan Sampel.....	30
3.6.1 Populasi.....	30
3.6.2 Sampel	30
3.7 Metode analisis data.....	32
3.7.1 Uji Validitas	32
3.7.2 Uji Reliabilitas	32
3.8 Alat analisis data.....	33
3.8.1 Analisis regresi linier berganda	33
3.8.2 Uji Parsial (uji-t).....	34
3.8.3 Uji Simultan (uji-F).....	35
3.8.4 Koefisien determinasi (R^2).....	36
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Metode Analisis Data.....	37
4.1.1 Uji Validitas	37
4.1.2 Uji Reliabilitas	39
4.1.3 Statistik Deskriptif	40
4.2 Alat Analisis Data.....	47
4.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	47
4.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.2.3 Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F).....	50
4.2.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji T).....	52
4.3 Pembahasan	53
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	56

5.1.	Deskripsi	56
5.2.	Kesimpulan	56
5.3.	Keterbatasan Penelitian.....	57
5.4.	Saran	58
5.4.1.	Bagi Perusahaan.....	58
5.4.2.	Bagi Penelitian Selanjutnya	59
DAFTAR PUSTAKA.....		60

©UKDWN

DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Uji Validitas.....	38
4.2 Realibility Statistics.....	39
4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.7 Profil Responden Berdasarkan Jangka Waktu Berlangganan.....	44
4.8 Profil Responden Berdasarkan Biaya Pulsa Per Bulan.....	44
4.9 Profil Responden Berdasarkan Biaya Internet Per Bulan.....	45
4.10 Profil Responden Berdasarkan Penggunaan <i>Handphone</i>	46
4.11 Hasil Regresi Linear Berganda.....	48
4.12 Analisis Regresi untuk Koefisien Determinasi (R^2).....	50
4.13 Hasil Uji F.....	51
4.14 Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Pangsa Pasar Operator Seluler.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	25
Gambar 3.1 Teknik Pengambilan Sampel.....	31

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

KUESIONER.....	62
EXCEL.....	65
RELIABILITY.....	67
FREKUENSI.....	68
REGRESI.....	72
SURAT IJIN BAPEDA.....	73

©UKDWN

ABSTRAK

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP TELKOMSEL SIMPATI DI PURWOKERTO

Era globalisasi saat ini perkembangan teknologi terutama telepon genggam atau yang sekarang terkenal dengan nama *smartphone* kian maju. Seiring berkembangnya teknologi tersebut maka kartu seluler pun ikut menyesuaikan. Di Indonesia khususnya di Purwokerto kartu seluler yang terkenal adalah Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL dan Smartfren. Persaingan antara perusahaan seluler membuat tiap-tiap perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumennya. Apabila fasilitas yang disediakan oleh perusahaan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan loyal terhadap perusahaan kartu seluler tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui penyebab konsumen loyal terhadap produk dari Telkomsel yaitu Simpati. Variable yang diteliti oleh penulis adalah kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan dan persepsi harga mempengaruhi loyalitas konsumen. Responden yang diteliti berada di daerah Purwokerto dengan jumlah sebanyak 100 orang responden yang terdiri dari berbagai kalangan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Telkomsel Simpati adalah kualitas produk dan persepsi harga. Secara umum variable kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 21,7% dan 78,3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini kualitas produk dari Telkomsel simpati tergolong baik dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen karena harga tersebut sebanding dengan kualitasnya.

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen, kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan, persepsi harga

ABSTRACT
ANALYSIS OF CONSUMERS LOYALTY TOWARDS TELKOMSEL
SIMPATI IN PURWOKERTO

Globalization era, technological developments especially the mobile phone or also known as smartphone is flourishing. Along the development of these technologies, the mobile cards also follow did. Indonesian country especially Purwokerto, famous mobile card is Telkomsel, Indosat Ooreedo, XL and Smartfren. The competition between the mobile company to make each of the companies vying to attract consumers. If the facilities provided by the company in accordance with customer expectations then the consumer will be loyal with the mobile card company.

Research conducted by the authors to determine the cause of consumers loyal with the products of Telkomsel Simpati. The variables determined by the author is the product quality, brand image, service quality and price perceptions affect consumer loyalty. Respondents surveyed are 100 respondents consisting of various circles in Purwokerto. The method used by the researchers is the multiple linear analysis with variable results that significantly affect consumer loyalty Telkomsel Sympathy is the product quality and price perception. In general variable product quality, brand image, service quality and price perception affects customer loyalty by 21.7% and 78.3% influenced by other variables not examined.

The conclusion of this study is the quality of products from Telkomsel sympathy quite good and the price also appropriate to consumer expectations because the price is comparable to the quality.

Keywords: Consumer Loyalty, product quality, brand image, service quality, price perception

ABSTRAK

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP TELKOMSEL SIMPATI DI PURWOKERTO

Era globalisasi saat ini perkembangan teknologi terutama telepon genggam atau yang sekarang terkenal dengan nama *smartphone* kian maju. Seiring berkembangnya teknologi tersebut maka kartu seluler pun ikut menyesuaikan. Di Indonesia khususnya di Purwokerto kartu seluler yang terkenal adalah Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL dan Smartfren. Persaingan antara perusahaan seluler membuat tiap-tiap perusahaan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumennya. Apabila fasilitas yang disediakan oleh perusahaan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan loyal terhadap perusahaan kartu seluler tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui penyebab konsumen loyal terhadap produk dari Telkomsel yaitu Simpati. Variable yang diteliti oleh penulis adalah kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan dan persepsi harga mempengaruhi loyalitas konsumen. Responden yang diteliti berada di daerah Purwokerto dengan jumlah sebanyak 100 orang responden yang terdiri dari berbagai kalangan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah analisis linier berganda dengan hasil variable yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Telkomsel Simpati adalah kualitas produk dan persepsi harga. Secara umum variable kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 21,7% dan 78,3% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan dari penelitian ini kualitas produk dari Telkomsel simpati tergolong baik dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen karena harga tersebut sebanding dengan kualitasnya.

Kata Kunci : Loyalitas Konsumen, kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan, persepsi harga

ABSTRACT
ANALYSIS OF CONSUMERS LOYALTY TOWARDS TELKOMSEL
SIMPATI IN PURWOKERTO

Globalization era, technological developments especially the mobile phone or also known as smartphone is flourishing. Along the development of these technologies, the mobile cards also follow did. Indonesian country especially Purwokerto, famous mobile card is Telkomsel, Indosat Ooreedo, XL and Smartfren. The competition between the mobile company to make each of the companies vying to attract consumers. If the facilities provided by the company in accordance with customer expectations then the consumer will be loyal with the mobile card company.

Research conducted by the authors to determine the cause of consumers loyal with the products of Telkomsel Simpati. The variables determined by the author is the product quality, brand image, service quality and price perceptions affect consumer loyalty. Respondents surveyed are 100 respondents consisting of various circles in Purwokerto. The method used by the researchers is the multiple linear analysis with variable results that significantly affect consumer loyalty Telkomsel Sympathy is the product quality and price perception. In general variable product quality, brand image, service quality and price perception affects customer loyalty by 21.7% and 78.3% influenced by other variables not examined.

The conclusion of this study is the quality of products from Telkomsel sympathy quite good and the price also appropriate to consumer expectations because the price is comparable to the quality.

Keywords: Consumer Loyalty, product quality, brand image, service quality, price perception

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

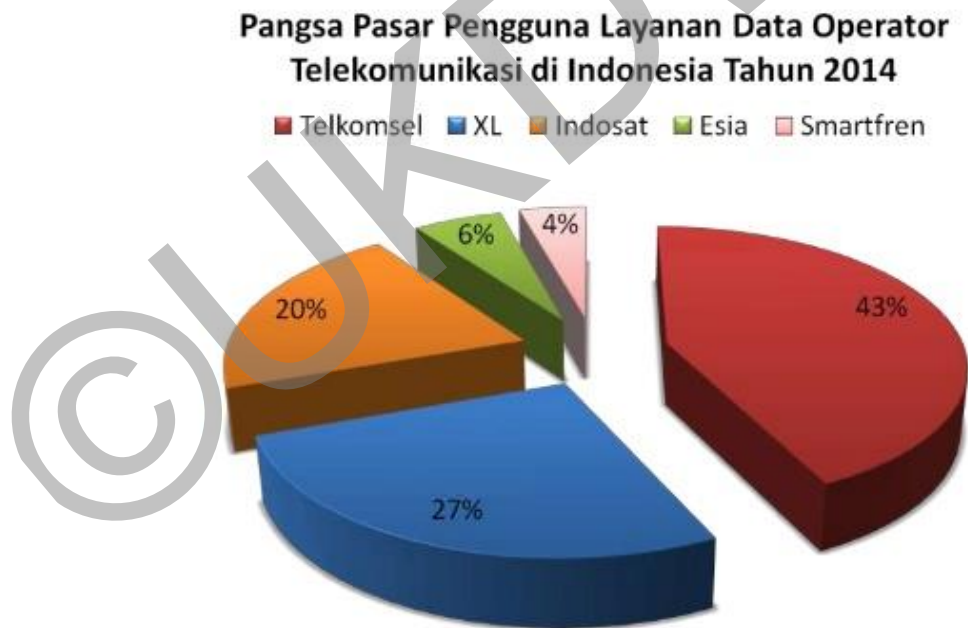
Era Globalisasi kini teknologi informasi dan teknologi komunikasi merupakan sesuatu yang mutlak yang diperlukan dalam kehidupan manusia. Untuk itu, keterampilan berkomunikasi diperlukan dalam kegiatan apapun karena komunikasi adalah awal dari kerjasama dan persahabatan, sedangkan teknologi komunikasi melancarkannya untuk mencapai keberhasilan tersebut. Teknologi komunikasi dapat berfungsi sebagai sarana pendidikan masyarakat, supaya masyarakat semakin pandai menggunakan teknologi dan mendapatkan manfaatnya. Dalam teknologi komunikasi sekarang pastinya ada sebuah perusahaan sebagai penyedia sarana informasi dan komunikasi. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga produk dapat bersaing di pasaran dan dapat menguasai pangsa pasar. Dalam penelitian ini saya akan membahas tentang perusahaan Telkomsel dengan produknya Simpati.

PT Telkomsel adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang komunikasi di Indonesia. PT Telkomsel kemudian didirikan bersama Indosat pada tahun 1995 dan meluncurkan kartu Halo pada tanggal 26 Mei 1995 sebagai layanan paska bayar. Pada tahun 2015 Saham Telkomsel dimiliki oleh Telkom Indonesia

sebesar 65% dan sisanya oleh Singtel sebesar 35%. Telkomsel mengklaim sebagai operator telekomunikasi seluler terbesar di Indonesia dengan 139,3 juta pelanggan per 31 Desember 2014. Jaringan Telkomsel telah mencakup 288 jaringan *roaming* internasional di 155 negara pada akhir tahun 2007. Telkomsel telah menjadi operator seluler ketujuh di dunia yang mempunyai lebih dari 100 juta pelanggan dalam satu negara per Mei 2011.

Gambar 1.1

Grafik Perbandingan Pangsa Pasar Operator Seluler



Sumber : Data sekunder yang telah diolah, 2016

Telkomsel meluncurkan secara resmi layanan komersial mobile 4G LTE pertama di Indonesia. Layanan Telkomsel 4G LTE memiliki kecepatan data

access mencapai 36 Mbps. Saat ini Telkomsel menggelar lebih dari 100.000 BTS yang menjangkau sekitar 98% wilayah populasi di Indonesia. Sebagai operator selular nomor 6 terbesar di dunia dalam hal jumlah pelanggan, Telkomsel merupakan pemimpin pasar industri telekomunikasi di Indonesia yang kini dipercaya melayani lebih dari 143 juta pelanggan pada tahun 2015 sampai 2016. Dalam upaya memandu perkembangan industri telekomunikasi selular di Indonesia memasuki era baru layanan mobile broadband, Telkomsel secara konsisten mengimplementasikan roadmap teknologi 3G, HSDPA, HSPA+, serta pengembangan jaringan Long Term Evolution (LTE). Kini Telkomsel mengembangkan jaringan broadband di 100 kota besar di Indonesia. Untuk membantu pelayanan kebutuhan pelanggan, Telkomsel kini didukung akses call center 24 jam dan 430 pusat layanan yang tersebar di seluruh Indonesia.

Telkomsel memiliki pusat layanan pelanggan yang bernama GraPARI. GraPARI adalah akronim dari *Graha Pari Sraya* yang dijadikan nama pusat layanan pelanggan Telkomsel. Nama tersebut berasal dari bahasa Sanskerta yang diberikan oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X sebagai tanda penghargaan atas diresmikannya kantor pelayanan Telkomsel di Yogyakarta. Sejak saat itu, seluruh pusat layanan pelanggan Telkomsel ditetapkan dengan nama GraPARI Telkomsel. Selain bertindak sebagai pusat layanan pelanggan yang memfokuskan diri untuk melayani para pelanggannya, GraPARI juga menyediakan penjualan produk sendiri seperti kartu HALO dan simPATI.

GraPARI tidak menjual perangkat telepon seluler kecuali apabila ada kebijaksanaan tertentu untuk menjual dalam bentuk paket produk Telkomsel yang tidak selalu dilakukan. Bila ada pelanggan yang ingin membeli perangkat telepon selular terpisah dari produk Telkomsel, maka GraPARI akan menyarankan untuk mendapatkannya di dealer resmi, toko eksklusif, maupun ritel yang telah bekerja sama dengan Telkomsel.

Jaringan Telkomsel saat ini melayani 40 juta pelanggan yang memakai ponsel pintar. Sebanyak 60 persen dari jumlah itu merupakan pengguna ponsel Android. Posisi berikutnya ditempati oleh BlackBerry, iOS dan Windows Phone. Sejak diluncurkan pada tahun 1997, Simpati merupakan kartu prabayar GSM pertama di Indonesia bahkan di Asia, Simpati juga merupakan produk yang paling digemari oleh pelanggan selular di Indonesia. Banyaknya pelanggan kartu Simpati di Indonesia menyebabkan penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian terhadap produk Simpati tersebut. Dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat loyalitas konsumen Simpati Telkomsel dan juga untuk mengetahui sejauh mana loyalitasnya sebagai pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen?
2. Apakah citra merk sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen?

3. Apakah persepsi harga sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen?
4. Apakah kualitas pelayanan sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui penyebab kualitas sebuah produk jasa mempengaruhi loyalitas konsumen.
2. Untuk mengetahui penyebab citra merk sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui persepsi harga sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan sebuah produk jasa dapat mempengaruhi loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti :

Peneliti mampu menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah didapat dari bangku kuliah dalam memahami strategi yang dilakukan PT Telkomsel demi loyalitas konsumen terhadap produk Simpati. Selain itu penelitian ini dilakukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan di Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

2. Manfaat Bagi Lembaga Pendidikan :

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi lembaga pendidikan beserta para mahasiswa yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama.

3. Manfaat bagi konsumen :

Untuk memberikan pengetahuan tambahan kepada para pengguna Telkomsel Simpati sebagai referensi untuk tetap terus menggunakan produk Telkomsel Simpati atau beralih ke produk lain.

4. Manfaat bagi perusahaan :

Perusahaan mampu mengerti dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan para pelanggan Telkomsel Simpati sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas produk dan pelayanan mereka.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu luas, maka peneliti memberikan batasan masalah yang meliputi responden sebagai berikut :

1. Variabel yang diteliti dalam penelitian.

a. Variabel Dependen :

1. Loyalitas konsumen (*Consumer Loyalty*)

b. Variabel Independen :

1. Kualitas Produk (*product quality*)
2. Citra merk (*brand image*)
3. Kualitas pelayanan (*service quality*)
4. Persepsi harga (*price perception*)

2. Responden Penelitian

Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang terdiri dari pengguna Telkomsel GSM Simpati di daerah Purwokerto.

3. Periode penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai dengan bulan Oktober tahun 2016.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Deskripsi

Dalam bab ini diuraikan tentang hal-hal yang terkait dengan kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran peneliti untuk perusahaan dan penelitian kedepan.

5.2. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai analisis loyalitas konsumen Telkomsel Simpati di Purwokerto, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profil 100 orang dari responden penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki dan perempuan sama jumlahnya yaitu 50 orang dengan mayoritas berusia dibawah 25 tahun, pendidikan terakhir SMA, pekerjaan sebagai mahasiswa, telah menjadi pelanggan Telkomsel Simpati diatas 3 tahun, menggunakan pulsa sebanyak Rp 50.000,00 hingga Rp 100.000,00 per bulan dan dengan biaya internet sebesar Rp 50.000,00 hingga Rp 100.000,00 per bulan. Jumlah responden pengguna Tekomsel Simpati dalam penggunaan handphone adalah 78 orang untuk *media social*, 70 orang untuk *browsing*, 90 orang untuk *chatting*, 100 orang untuk telepon dan 100 orang untuk SMS.
2. Persamaan regresi menunjukkan $Y = 0.509 + 0.326X_1 + 0.017X_2 + 0.206X_3 + 0.260X_4$. Variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen Telkomsel Simpati

secara signifikan adalah kualitas produk dan persepsi harga. Hal ini dikarenakan menurut mayoritas responden penelitian, kualitas produk dari Telkomsel simpati tergolong baik dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan cenderung sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan variable citra merk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mayoritas responden tidak terlalu mementingkan kedua variable tersebut.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang analisis loyalitas konsumen terhadap Telkomsel Simpati tidak terlepas dari keterbatasan dan kekurangan. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan Telkomsel Simpati di Purwokerto Jawa Tengah sehingga belum menjangkau seluruh wilayah Indonesia.
2. Penulis melakukan penelitian terhadap loyalitas konsumen hanya sebatas produk Telkomsel yaitu Simpati.
3. Variabel yang diteliti oleh penulis mengenai loyalitas konsumen terhadap Telkomsel Simpati adalah kualitas produk, citra merk, kualitas pelayanan dan persepsi harga. Variable tersebut belum mewakili seluruh elemen yang mempengaruhi loyalitas Telkomsel Simpati.

5.4. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian, saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

5.4.1. Bagi Perusahaan

Studi ini disarankan dapat memberikan pemahaman pada penyebab loyalitas konsumen terhadap Telkomsel Simpati. agar tetap setia menggunakan jasa layanan dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian analisis regresi linier berganda mengenai analisis loyalitas konsumen terhadap Telkomsel Simpati maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk dari Telkomsel Simpati berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen sehingga perusahaan harus tetap menjaga serta meningkatkan kualitas dari produknya. Apabila kualitas dari produk tidak sesuai dengan harapan dari konsumen maka dapat dipastikan tingkat loyalitas konsumen akan menurun.
2. Perusahaan harus menjaga citra merk dipasaran agar tetap baik meskipun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen Telkomsel Simpati.
3. Kualitas pelayanan harus dipertahankan bahkan ditingkatkan lagi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari para konsumen Telkomsel Simpati meskipun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
4. Persepsi harga dari produk Telkomsel Simpati berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Apabila harga sesuai dengan harapan konsumen dan keuntungan yang didapatkan juga sesuai dengan harapan konsumen maka dapat

dipastikan tingkat loyalitas konsumen akan meningkat. Oleh karena itu perusahaan juga harus memperhatikan tariff yang diberikan agar sesuai dengan harapan dari para konsumen.

5.4.2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah cakupan jumlah responden dan cakupan area penelitian yang dilakukan menjadi lebih luas lagi.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah produk yang diteliti dari suatu perusahaan.
3. Diharapkan variable penelitian yang dilakukan oleh peneliti selanjutnya lebih banyak lagi agar dapat mengetahui penyebab konsumen loyal terhadap produk dari Telkomsel Simpati karena dalam penelitian ini masih banyak penyebab loyalitas konsumen selain dari variable yang diteliti.
4. Untuk variable citra merk dan kualitas pelayanan diharapkan ikut serta diteliti agar dapat diketahui apakah variable tersebut memang berpengaruh secara signifikan atau tidak apabila responden mayoritas yang diteliti dari kalangan yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Badan Peneliti Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Hermawati. 2006. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kartu Telepon Seluler As di Kota Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kartika, Ariawira Yudha. 2014. *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Pelanggan Pt. Telkom Yogyakarta*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Nugroho, Victor Daniel. 2015. *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kue Toso Di Yogyakarta*. Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
- Purnawati, Eka. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada GraPari TelkomSel Samarinda*. Samarinda : eJournal Ilmu Administrasi Bisnis, 2014, 2 (4): 571-585.
- Sri Hadiati, Sarwi Ruci. 1999. *Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area*. Malang : *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.1, 1999 , 1 (9): 56 – 64

- Saputro, Sidik Cahyo. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Telkomsel Pada Kepuasan Pelanggan*. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Setianingsih, Lia. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Switching Cost, Dan Trust In Brand Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Gsm Prabayar Simpati Di Wilayah Jakarta)*. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Kesembilan*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning*. Yogyakarta
- Widyastuti, Caesar. 2012. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grapari Telkomsel Yogyakarta*. Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.