

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IM3 di Kota Surakarta)**

TESIS

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai
Derajat Sarjana (S-2) Ekonomi Program Studi Magister Manajemen**



Diajukan oleh:

Zulfiqar Ari Wicaksono

NIM S4110055

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

SURAKARTA

commit to user

2015

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IM3 di Kota Surakarta)**

Disusun oleh:

Zulfiqar Ari Wicaksono, SE
NIM S4110055

Telah disetujui pembimbing
Pada tanggal : 31 Januari 2015

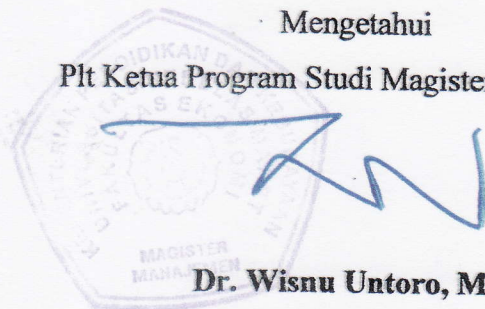
Pembimbing



Dr. Wisnu Untoro, M.S
NIP. 19540220 198003 1 002

Mengetahui

Plt Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Wisnu Untoro, M.S
NIP. 19540220 198003 1 002

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IM3 di Kota Surakarta)**

Disusun oleh:

Zulfiqar Ari Wicaksono, SE

NIM S4110055

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 11 Februari 2015

Ketua Tim Penguji : **Dr. Asri Laksmi Riani, MS**

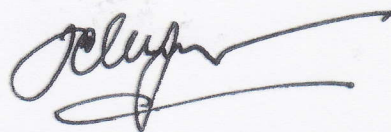
Penguji I : **Dr. Wisnu Untoro , MS**

Penguji II : **Dr. Budhi Haryanto, MM**

Mengetahui :


Direktur Program Pascasarjana UNS

Plt Ketua Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr. Ir. Ahmad Yunus, M.S.

NIP. 19610717 198601 1 001



Dr. Wisnu Untoro , MS

NIP. 19540220 198003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfiqar Ari Wicaksono

NIM : S4110055

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kewajaran Harga Yang Dirasakan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (*Studi Pada Pelanggan Im3 Di Kota Surakarta*)

Menyatakan bahwa Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan tesis dari jasa pembuatan tesis. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi apabila melakukan plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan.

Surakarta, 10 Februari 2015



Zulfiqar Ari Wicaksono

NIM. S4110055

MOTTO

*Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan
memudahkan kepadanya jalan menuju surga*

(HR. Muslim)

*Waktu itu bagai sebilah pedang, kalau engkau tidak memanfaatkannya, dia akan
memotongmu*
(Ali bin Abi Thalib)



commit to user

PERSEMBAHAN



- ❖ Papa, mama, kakak, istri, anak ;
untuk dukungannya selama ini.
Terima kasih selalu membantu
dan meyakinkanku untuk
mendesain perjalanan hidup yang
sesuai dengan kemampuan.
- ❖ Keluarga besar Brotowidagdo
dan Keluarga besar H.R.
Soetedjo; terima kasih untuk
indahny persaudaraan.

commit to user

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat-Nya, memberi kekuatan serta petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, banyak sekali dukungan, bimbingan dan dorongan dari semua pihak yang sangat berarti bagi Penulis dalam menyelesaikan Tesis ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. (Alm) Prof. Dr. Hartono M.S. selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret, yang selalu menyemangati, dan mengingatkan kepada penulis untuk segera menyelesaikan Tesis.
2. Dr. Wisnu Untoro, M.S, selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan masukan, perhatian dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan tesis.
3. Dr. Asri Laksmi Riani, MS, selaku penguji I yang telah banyak memberikan masukan mengenai tata cara penulisan dan penyusunan Tesis.
4. Dr. Budhi Haryanto, MM, selaku penguji II yang telah banyak memberikan saran mengenai detail metodologi penelitian.
5. Seluruh pengajar di Magister Manajemen. Terimakasih telah berkenan membagi ilmu.

commit to user

6. Papa dan Mama. Terima kasih untuk support materi dan spiritualnya juga segala kehangatan di lingkungan keluarga kita.
7. Istri dan Anak. Terima kasih telah men-*trigger* diri ini untuk selalu menjadi yang terbaik demi masa depan keluarga kita.
8. Kakaku 'paling wanita'. Terima kasih semangatnya dan contohnya bahwa usia tidak menghalangi kesempatan mencari Ilmu dan berkarir.
9. Rekan Kerja di Indosat. Terimakasih atas kesempatan menyelesaikan Tesis di tengah *Load* kerja yang tinggi tuntutan dari perusahaan.
10. Cashback band. Terimakasih telah membuat otak kanan ini berkembang sehingga kreatifitas di dunia kerja meningkat.
11. Pikachu futsal. Terima kasih dengan latihan rutin dan kekeluargaannya sehingga kebugaran selalu terjaga.

Semoga segala amal dan kebaikan yang sudah diberikan mendapat pahala dari Allah SWT. Penulis berharap semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 11 Februari 2015

Penulis

commit to user

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI.....	xvii
DAFTAR PUSTAKA.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Kualitas Layanan.....	6

commit to user

2. Kewajaran Harga Yang Dirasakan.....	7
3. Kepuasan Pelanggan	8
4. Loyalitas Pelanggan.....	9
B. Pengembangan Hipotesis.....	10
1. Hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	10
2. Hubungan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan.....	10
3. Hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.....	11
4. Hubungan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan.....	12
5. Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	13
6. Kepuasan pelanggan merupakan mediator hubungan kualitas layanan dan kewajaran harga yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan.....	13
C. Kerangka Pemikiran.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Populasi dan Sampel.....	16
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	16
1. Kualitas Layanan.....	17
2. Kewajaran harga yang dirasakan.....	19

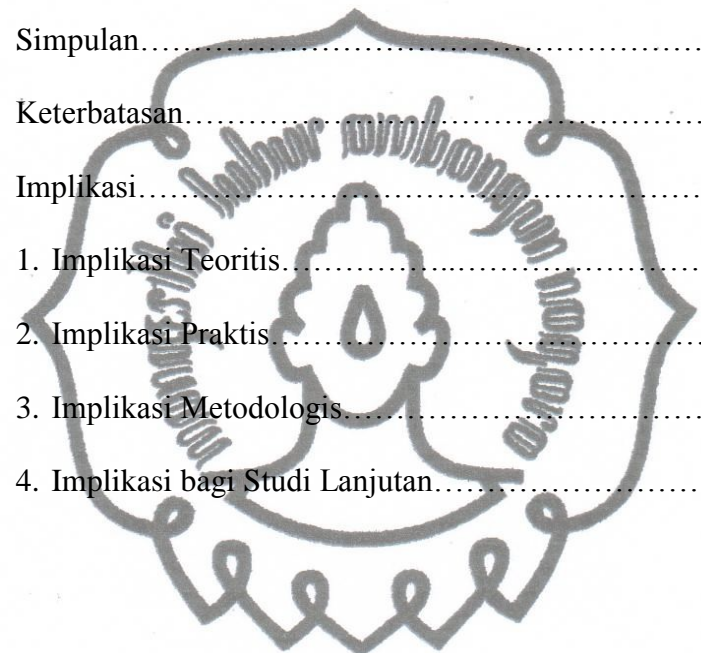
commit to user

3. Kepuasan Pelanggan.....	19
4. Loyalitas Pelanggan.....	20
C. Jenis dan Sumber Data.....	20
1. Data Primer.....	21
D. Metode Pengumpulan Data.....	21
E. Metode Analisis Data.....	21
1. Uji Kualitas Instrumen Penelitian.....	22
a. Uji Validitas Konstruk (CFA).....	22
b. Uji Reliabilitas.....	22
2. Uji Asumsi Klasik.....	23
a. Uji Normalitas.....	23
b. Uji Multikolinieritas.....	23
c. Uji Heteroskedastisitas.....	24
3. Uji Hipotesis.....	25
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
b. Uji t (Uji Parameter Penduga).....	25
c. Uji F.....	27
d. Koefisien Determinasi (R ²).....	28
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Karakteristik Data Responden.....	30
1. Distribusi Frekuensi Data Responden Berdasarkan Usia.....	30
2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Berlangganan.....	31
B. Uji Instrumen.....	32

commit to user

1. Uji Validitas Konstruksi (CFA).....	32
2. Uji Reliabilitas.....	36
C. Uji Asumsi Klasik.....	37
1. Uji Multikolinieritas.....	37
2. Uji Normalitas.....	38
3. Uji Heteroskedastisitas.....	39
D. Uji Hipotesis.....	40
1. Uji Regresi Linier Berganda.....	40
a. Uji F.....	42
b. Koefisien Determinasi.....	42
E. Pembahasan.....	43
1. Hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.....	43
2. Hubungan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan.....	44
3. Hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.....	45
4. Hubungan antara kewajaran harga yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan.....	46
5. Hubungan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.....	46

6. Kepuasan pelanggan merupakan mediator hubungan kualitas layanan dan kewajaran harga yang dirasakan terhadap loyalitas pelanggan.....	47
 BAB V PENUTUP	49
A. Simpulan.....	49
B. Keterbatasan.....	50
C. Implikasi.....	51
1. Implikasi Teoritis.....	51
2. Implikasi Praktis.....	51
3. Implikasi Metodologis.....	52
4. Implikasi bagi Studi Lanjutan.....	52



DAFTAR TABEL

Tabel IV. 1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia Responden	30
Tabel IV. 2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Lama Berlangganan.....	31
Tabel IV. 3 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Tahap I.....	32
Tabel IV. 4 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Tahap I.....	33
Tabel IV. 5 Hasil Pengujian Validitas Konstruk setelah Drop Item	34
Tabel IV. 6 Hasil Pengujian Validitas Konstruk Tahap II	35
Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel IV. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	38
Tabel IV. 9 Hasil Uji Normalitas Jarque-Bera	39
Tabel IV. 10 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	40
Tabel IV.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Berpikir 15



commit to user

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuesioner
Lampiran II : Data Responden
Lampiran III : Output SPSS



commit to user

ABSTRAKSI
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEWAJARAN HARGA
YANG DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan IM3 di Kota Surakarta)

Zulfiqar Ari Wicaksono
Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris peran mediasi kepuasan pelanggan pada hubungan langsung antara kualitas layanan dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan.

Sampel adalah 165 pelanggan yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dari populasi pelanggan kartu prabayar IM3. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif pada kepuasan pelanggan, 2) Kewajaran harga mempunyai pengaruh pada kepuasan pelanggan, 3) Kualitas layanan mempunyai pengaruh positif pada loyalitas pelanggan, 4) Kewajaran harga mempunyai pengaruh positif pada loyalitas pelanggan, 5) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan, 6) Secara spesifik kepuasan pelanggan merupakan mediator parsial hubungan antara kualitas layanan dan kewajaran harga terhadap loyalitas pelanggan.

Simpulan dari penelitian ini adalah kualitas layanan dan harga yang dirasa wajar oleh konsumen dapat digunakan sebagai cara untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas akan muncul melalui kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan kewajaran harga. PT Indosat sebaiknya melakukan promosi yang menekankan pada kualitas layanan dan harga yang menarik. Hal ini harus diiringi dengan peningkatan kualitas layanan dan penetapan harga yang dapat diterima oleh konsumen.

Kata kunci : kualitas layanan, kewajaran harga yang dirasakan, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT
EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PERCEIVED
PRICE FAIRNESS TOWARD CUSTOMER LOYALTY
MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION
(A STUDY ON CUSTOMER IM3 IN SURAKARTA)

Zulfiqar Ari Wicaksono
Master of Management Universitas Sebelas Maret Surakarta

This study aims to empirically examine the mediating role of customer satisfaction in a direct relationship between service quality and reasonableness of price on customer loyalty.

The sample was 165 customers who had chosen using purposive sampling method from the population of IM3 prepaid card customers. The research hypothesis tested with multiple linear regression analysis technique.

Test results showed that 1) Quality of service has a positive effect on customer satisfaction, 2) Fairness price has an effect on customer satisfaction, 3) Quality of service has a positive effect on customer loyalty, 4) Fairness price has a positive influence on customer loyalty, 5) Customer satisfaction has positive effect on customer loyalty, 6) Specifically, customer satisfaction is a partial mediator of the relationship between service quality and reasonableness of price on customer loyalty.

The conclusions of this study is the quality of service and price are considered reasonable by the consumer can be used as a way to maintain customer loyalty. Loyalty will emerge through customer satisfaction on the quality of service and price reasonableness. PT Indosat should conduct a campaign that emphasizes the quality of service and attractive prices. This should be accompanied by an increase in the quality of service and pricing that can be received by consumers.

Keywords : service quality, fairness of perceived price, customer satisfaction, customer loyalty