

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KARTU PRABAYAR TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada Pengguna Telkomsel Di Jakarta Timur)

***EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION***

PREPAID CARD TELKOMSEL

(Case Study On Telkomsel Customer In East Jakarta)

Oleh:

Siska Regita Salsabila

2018410162

SKRIPSI



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2022

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KARTU PRABAYAR TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada Pengguna Telkomsel Di Jakarta Timur)

***EFFECT OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION***

PREPAID CARD TELKOMSEL

(Case Study On Telkomsel Customer In East Jakarta)

Oleh

Siska Regita Salsabila

2018410162

SKRIPSI

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 9 Agustus 2022
Jakarta, 9 Agustus 2022



Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing



Dr. Firsan Nova, S.E.,M.M

Penguji I



Drs. Fauzi Baisvir, M.M

Penguji II



Ellena Nurfazria Handayani, S.E.,M.M

Penguji III



Mu'man Nuryana, Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi



Dian Anggraeny Rahim, S.E.,M.Si

Ketua Program Studi

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siska Regita Salsabila

NIM : 2018410162

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan yang dibimbing oleh ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 9 Agustus 2022

yang membuat pernyataan,



10000
REPUBLIK INDONESIA
METERAI TEMPEL
4B680AKX020341982
Siska Regita Salsabila

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada kartu prabayar Telkomsel di Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pengguna kartu prabayar Telkomsel dalam kurun waktu minimal 5 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus proporsi tak terduga. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, secara parsial menggunakan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan (simultan) mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan (0,000) lebih kecil dari taraf probabilitas (α) = 0,05 dengan R-square 0,834. Adapun rumus persamaan regresi yang didapat adalah $Y = 0,750 + 0,467X_1 + 0,605X_2$, dari persamaan tersebut yang artinya arah pengaruhnya positif atau searah. Semakin baik nilai koefisien regresi berganda, maka semakin baik penambahan tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of customer value and customer experience on customer satisfaction on Telkomsel prepaid cards in East Jakarta. Data was collected by distributing questionnaires to 100 respondents using Telkomsel prepaid cards within the last at least 5 months. Sampling was carried out using the unexpected proportion formula. The analytical tool used are descriptive statistics and amultiple linear regression. Simultaneous hypothesis testing using the F test, partially using the t test. The results of this study indicate that the variables of customer value and overall (simultaneous) ous customer experience have influence on customer satisfaction, this is evidenced by the significant value (0.000) which is smaller than the probability level (α) = 0.05 with an R-square of 0.834. The regression equation formula obtained is $Y = 0.750 + 0.467X_1 + 0.605X_2$, from the equation, which means the direction of the influence is positive or unidirectional. The better the value of the multiple regression coefficient, the better the increase in the level of customer satisfaction.

Keywords: *Customer Value, Customer Experience, Customer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan seminar proposal yang berjudul **“Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel (Studi Kasus Pada Pengguna Telkomsel Di Jakarta Timur)”**. Laporan ini merupakan tugas wajib yang harus diselesaikan oleh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan dan pembahasan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan skripsi.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu mendukung, motivasi dan mendoakan, serta perhatiannya semoga ini bisa menjadi persembahan yang terbaik.
3. Ibu Melani Quintania, S.E.,M.Pd. Selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Dian Anggraeny, S.E.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Darma Persada.

5. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan laporan skripsi.
6. Untuk teman saya Alda Ivanka, Indah Permata Sari, Mayang Fatimah Sari, Choirun Nabila Putri, Nia Aprilia, Nuryanah, dan Rahmawati Widiyanti yang turut memberikan pelajaran berharga semasa kuliah, motivasi dan dukungannya.
7. *Last but not least, i wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all these hard work, i wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver. I wanna thank me and trying to give more than i receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong. I wanna thank me for just being me all the time.*

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 9 Agustus 2022



Siska Regita Salsabila

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Manajemen Pemasaran	18
2.1.2 Bauran Pemasaran	19
2.1.3 Kualitas Produk	23
2.1.4 Perilaku Konsumen	24
2.1.5 Nilai Pelanggan	25
2.1.6 Pengalaman Pelanggan	32
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	37
2.2 Penelitian Terdahulu	45
2.3 Kerangka Penelitian	50
2.4 Hipotesis	52
BAB III METODE PENELITIAN	53

3.1 Metode yang Digunakan	53
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	54
3.3 Operasional Variabel	54
3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data	59
3.4.1 Sumber dan Jenis Data	59
3.4.2 Cara Penentuan Data	60
3.5 Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.1 Skala Likert	64
3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	66
3.6.1 Uji Keabsahan Data	66
3.6.2 Alat dan Analisis Data	70
3.7 Uji Hipotesis	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	77
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	77
4.1.1 Sejarah PT. Telekomunikasi Seluler	77
4.1.2 Visi dan Misi PT. Telekomunikasi Seluler	78
4.2 Hasil Penelitian dan Karakteristik Responden	78
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	80
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	81
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel	82
4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Pengeluaran Rata-Rata Perbulan Anda Untuk	

Telekomunikasi (Isi Ulang Pulsa)	82
4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel	83
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	84
4.3.1 Nilai Pelanggan pada Kartu Prabayar Telkomsel ...	84
4.3.2 Pengalaman Pelanggan pada Kartu Prabayar Telkomsel	95
4.3.3 Kepuasan Pelanggan pada Kartu Prabayar Telkomsel	107
4.4 Uji Keabsahan Data	120
4.5 Uji Asumsi Klasik	124
4.6 Analisis Data	128
4.7 Uji Hipotesis	131
4.8 Pembahasan dan Pemecahan Masalah	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Kesimpulan	138
5.2 Saran	140
DAFTAR PUSAKA	144
LAMPIRAN	145

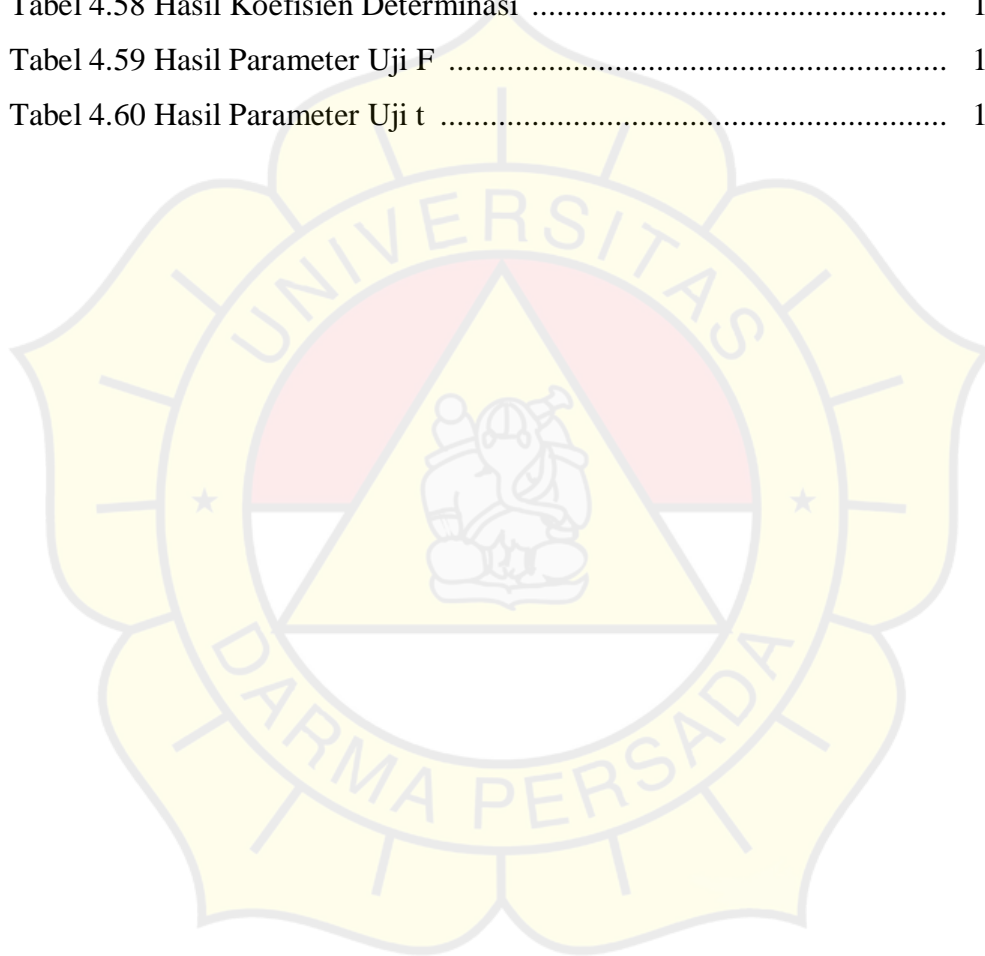
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Ulasan Pengguna Telkomsel pada <i>Playstore</i>	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel 3.1 Operasional Variabel	55
Tabel 3.2 Skala Likert	65
Tabel 3.3 Rentang Skala	72
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Korelasi	73
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	80
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perbulan	81
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel	82
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Berapa Pengeluaran Rata-Rata Perbulan Anda Untuk Telekomunikasi (Isi Ulang Pulsa).....	83
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel.....	83
Tabel 4.9 Saya merasa puas menggunakan produk Telkomsel	85
Tabel 4.10 Saya merasa bahagia dengan paket-paket yang disediakan Telkomsel	85
Tabel 4.11 Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan Telkomsel	86
Tabel 4.12 Saya menggunakan Telkomsel karena memiliki citra yang baik di masyarakat	87
Tabel 4.13 Telkomsel merupakan produk yang terkenal	88
Tabel 4.14 Saya bangga Telkomsel memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan konsumen	89

Tabel 4.15 Saya menggunakan Telkomsel karena kualitas jaringannya yang baik	90
Tabel 4.16 Saya menggunakan Telkomsel karena memiliki sinyal yang bagus.....	90
Tabel 4.17 Telkomsel memiliki standar kualitas pelayanan internet yang baik.....	91
Tabel 4.18 Saya menggunakan Telkomsel karena harga/tarif produknya yang relatif terjangkau	92
Tabel 4.19 Saya menggunakan Telkomsel karena selalu memberikan harga promo	93
Tabel 4.20 Harga produk Telkomsel sesuai dengan kualitas yang diberikan	94
Tabel 4.21 Telkomsel memiliki desain produk yang menarik	95
Tabel 4.22 Telkomsel memiliki jangkauan jaringan yang luas	96
Tabel 4.23 Telkomsel memiliki kualitas yang bagus	97
Tabel 4.24 Produk Telkomsel mudah didapat karena tersedia di mana-mana	97
Tabel 4.25 Produk Telkomsel memiliki jaringan yang luas sampai pelosok desa	98
Tabel 4.26 Saya dapat melakukan pembelian pulsa melalui aplikasi MyTelkomsel	99
Tabel 4.27 Telkomsel memiliki berbagai pilihan paket produk sesuai kebutuhan saya	100
Tabel 4.28 Telkomsel memiliki berbagai pilihan promo yang menarik	101
Tabel 4.29 Saya akan merekomendasikan produk Telkomsel kepada orang lain	102
Tabel 4.30 Karyawan Telkomsel di Grapari melayani dengan ramah.....	102
Tabel 4.31 Karyawan Telkomsel di Grapari memberikan informasi dengan lengkap.....	103
Tabel 4.32 Karyawan telkomsel di Grapari menangani keluhan konsumen dengan baik	104

Tabel 4.33	Telkomsel memiliki layanan <i>call center</i> yang beroperasi 24 jam sehari.....	105
Tabel 4.34	Layanan <i>call center</i> Telkomsel selalu merespon permintaan pelanggan dengan cepat	106
Tabel 4.35	Layanan <i>call center</i> Telkomsel selalu tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	107
Tabel 4.36	Saya puas dengan kualitas sinyal Telkomsel yang kuat/baik ..	108
Tabel 4.37	Saya puas dengan kecepatan akses layanan internet Telkomsel.....	109
Tabel 4.38	Saya puas dengan koneksi internet Telkomsel yang cepat	109
Tabel 4.39	Saya puas dengan layanan konsumen Telkomsel yang baik ...	110
Tabel 4.40	Saya puas dengan layanan Telkomsel yang sesuai dengan harapan	111
Tabel 4.41	Telkomsel selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen	112
Tabel 4.42	Saya merasa puas dengan Telkomsel karena memiliki kegiatan sosial (CSR) untuk masyarakat	113
Tabel 4.43	Saya merasa puas terhadap sarana yang disediakan oleh Grapari Telkomsel.....	114
Tabel 4.44	Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan <i>call center</i> Telkomsel.....	114
Tabel 4.45	Saya puas dengan harga/tarif Telkomsel yang ditetapkan dengan kualitas yang diberikan.....	115
Tabel 4.46	Harga Telkomsel sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen	116
Tabel 4.47	Harga yang ditawarkan produk Telkomsel sesuai dengan manfaat.....	117
Tabel 4.48	Saya merasa puas dengan layanan 24 jam dari Telkomsel	118
Tabel 4.49	Saya puas dengan layanan internet Telkomsel	119
Tabel 4.50	Saya puas dengan aplikasi MyTelkomsel karena bisa membeli secara online.....	119
Tabel 4.51	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	121

Tabel 4.52 Hasil Uji Reliabilitas	123
Tabel 4.53 Hasil Uji Normalitas	125
Tabel 4.54 Hasil Uji Multikolinieritas	126
Tabel 4.55 Hasil Uji Autokorelasi	128
Tabel 4.56 Hasil Variabel Penelitian	129
Tabel 4.57 Hasil Korelasi Ganda	130
Tabel 4.58 Hasil Koefisien Determinasi	131
Tabel 4.59 Hasil Parameter Uji F	132
Tabel 4.60 Hasil Parameter Uji t	132



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia	4
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Layanan Internet <i>Mobile</i> Tahun 2018	5
Gambar 1.3 Jumlah Pelanggan 3 Operator Seluler Terbesar di Indonesia .	6
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	51
Gambar 2.2 Model Paradigma Penelitian	52
Gambar 4.1 Logo Telkomsel	78
Gambar 4.2 Analisis Grafik Hasil Uji Normalitas	124
Gambar 4.3 <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heteroskedastisitas	127

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	145
Lampiran 2 Data Profil Responden	152
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Nilai Pelanggan	159
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Pengalaman Pelanggan	160
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan	161
Lampiran 6 Tabel T	162
Lampiran 7 Tabel F	165
Lampiran 8 Tabel R	168
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Nilai Pelanggan	171
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan	173
Lampiran 11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	176
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas	179
Lampiran 13 Hasil Uji Asumsi Klasik	180
Lampiran 14 Hasil Uji Analisis Data	182
Lampiran 15 Hasil Uji Hipotesis	183
Lampiran 16 Ulasan-Ulasan Pengguna Telkomsel di <i>Playstore</i>	184
Lampiran 17 Bukti Penyebaran Kuesioner	187
Lampiran 18 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi	188
Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup	189