

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN
INDOSAT OOREDOO**
(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

SKRIPSI

TIWUK JUNIATI

21150000210



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN
INDOSAT OOREDOO**
(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

SKRIPSI

TIWUK JUNIATI

21150000210



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT OOREDOO

(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 15 April 2020

TIWUK JUNIATI
NPM 21150000210

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN INDOSAT OOREDOO**
(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah pembimbing Bapak Gatot Prabantoro SE., M.M dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 15 April 2020

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Gatot Prabantoro SE., M.M



Drs. Sumitro, MSc

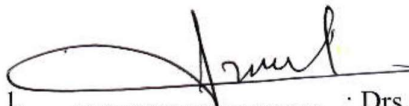
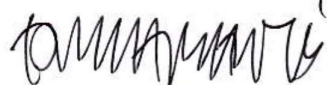
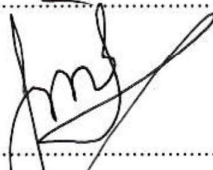

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN INDOSAT OOREDOO**
(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 15 April 2020 dengan nilai A.

Panitia Ujian Skripsi :

1.  ; Drs. Sumitro, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Gatot Prabantoro SE., M.M
(Pembimbing)
3.  ; Drs. Subekti Singgih Hadi M.Sc
(Dosen Penguji I)
4.  ; M. Ramaditya, BBA., M.Sc
(Dosen Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Gatot Prabantoro, SE., M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Subekti Singgih Hadi M.Sc dan Bapak M. Ramaditya, BBA., M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahilah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs, Ridwan Maronrong, MSc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Drs. Sumitro, MSc selaku kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Pihak PT. Transportasi Jakarta yang telah memberikan izin penelitian, terutama Bapak Danang yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
7. Kedua orang tua tercinta, Alm. Bapak Otong Suganda dan Mama Sutini atas segala kasih sayang, yang selalu mendoakan, memberikan bantuan dukungan materil dan moral serta memberi semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

8. Abang tercinta Wahyu, Aria Wirata Nudatar dan Yusuf Ali yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Teman seperjuangan selama 4 tahun di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Putri Amalia, Jessica Juni Wulandari, Nurul Aini, Sarah Suci Hazriani dan Bay Atul Ridwan atas segala kesabaran, selalu memberikan masukan, dukungan, semangat, doa, kasih sayang serta motivasi selama mendampingi penulisan skripsi ini.
10. Sahabat-sahabat tercinta Maryam, Maya Asmara, Pipit ndut, Ayu, Agustian Azhari, Tasya, dan Rizky Amalia, yang selalu memberikan kasih sayang dan kebahagiaan dalam kondisi sesulit apapun dan memberikan doa serta semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk Angga Faridiansyah Putra Lelaki yang selalu mensupport, mendampingi, dan memberi perhatian terutama disaat saya dalam keadaan patah semangat dengan memberikan dorongan yang kuat agar saya mampu menyelesaikan skripsi ini.
12. Koko Herman (Shun Hin) yang selalu memberikan kasih sayang, kebahagiaan dalam kondisi sesulit apapun dan memberikan dukungan baik materi maupun non materi dalam mengerjakan skripsi ini.
13. Teman-teman kelas B Manajemen Malam angkatan 2015 untuk segala dukungan dan motivasi serta semangat dalam membantu penulisan skripsi ini. Serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu terima kasih atas segala dukungan baik materi, semangat dan perhatiannya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 15 April 2020



TIWUK JUNIATI
NPM 21150000210

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : TIWUK JUNIATI
NPM : 21150000210
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty- Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS
PELANGGAN INDOSAT OOREDOO**
(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 April 2020

Yang menyatakan,



TIWUK JUNIATI

Tiwuk Juniati

Dosen Pembimbing:

NPM 2115000210

Gatot Prabantoro SE., M.M

Program Studi S-1 Manajemen

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PELANGGAN INDOSAT OOREDOO**

(Studi Pada Karyawan PT. Transportasi Jakarta)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan, ikatan emosional, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo pada karyawan PT. Transjakarta.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang diukur dengan menggunakan metode koefisien determinasi (KD) dengan SPSS 25.0. Populasi dari penelitian ini adalah Karyawan PT. Transjakarta. Sampel ditentukan berdasarkan metode non probability sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t dan Uji F.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial kepuasan berpengaruh signifikan sebesar 14,74%, ikatan emosional berpengaruh signifikan sebesar 10,63%, kepercayaan berpengaruh signifikan sebesar 12,25%, kemudahan berpengaruh signifikan sebesar 7,50% dan pengalaman pelanggan berpengaruh signifikan sebesar 59,60%. Adapun secara berganda pengaruh kepuasan, ikatan emosional, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 59,60%.

Kata Kunci : Kepuasan, Ikatan Emosional, Kepercayaan, Kemudahan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Tiwuk Juniati

Advisors:

NPM 2115000210

Gatot Prabantoro SE., M.M

Majoring S-1 Manajemen

FACTOR ANALYSIS THAT INFLUENCE CUSTOMER'S LOYALTY OF INDOSAT OOREDOO

(Study of PT. Jakarta Transportation)

ABSTRACT

This research is aimed to know about how much influence of satisfaction, emotional bond, trust, easiness and customer's exoerience of the loylity customer of Indosat Ooredoo at PT. Transportasi Jakarta employees.

This research used kind of association research with the quantitative approach thta measured by using determination Coefficient Methode (KD) with SPSS 25.0. The population of this research is Pt. Transportasi Jakarta employees. The sample is determineted based on sampling non-probability methode with sum of sample are 97 person. The data that used in this research is premier data. Technique of data collection used questionnaire methode. Hiphotesis experiment by using T test and F test

The result of this research proved that partially satisfaction has significant influence in the amount of 14,74%, emotional bond has significant influence in the amount of 10,63%, trust has significant influence in the amount of 12,25%, easiness has significant influence in the amount of 7,50% and customer experience has significant influence in the amount of 43,69. As for with the double of satisfaction influence, emotional bond, trust, easiness, and customer's experience have signifixant influence of customer's loyalty in the amount of 59,60%.

Keywords: Satisfaction, Emotional Bond, Trust, Easiness, Customer's Experience, Customer's Loyalty

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1. Review Hasil-Hasil Penelitian Terlebih ..	7
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Telekomunikasi	12
2.2.2. Kepuasan Pelanggan	13
2.2.2.1. Faktor-faktor kepuasan konsumen ..	14
2.2.2.2. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen	14
2.2.3. Ikatan Emosional	15

2.2.3.1. Aspek Emotional	16
2.2.4. Kepercayaan Konsumen	17
2.2.4.1. Faktor-faktor Kepercayaan Pelanggan.....	17
2.2.4.2. Indikator Kepercayaan.....	18
2.2.5. Kemudahan.....	18
2.2.5.1. Faktor-faktor Kemudahan.....	19
2.2.5.2. Indikator-indikator Kemudahan	20
2.2.6. Pengalaman Pelanggan	20
2.2.6.1. Indikator Pengalaman Pelanggan	21
2.2.7. Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2.7.1. Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan	23
2.2.7.2. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	23
2.3. Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	24
2.3.1. Pengaruh kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas.....	24
2.3.2. Pengaruh Ikatan Emosional Terhadap Loyalitas.....	24
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas.....	25
2.3.4. Pengaruh Kemudahan Terhadap Loyalitas	25
2.3.5. Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.3.6. Pengaruh Kepuasan, Ikatan Emosional, Kepercayaan, Kemudahan dan Pengalaman Terhadap Loyalitas	26
2.4. Hipotesis	26
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Strategi Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi.....	28
3.2.2. Sampel	28
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.3.1. Studi Kepustakaan.....	30
3.3.2. Penelitian Lapangan	30
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	31

3.5. Metode Analisis Data.....	34
3.5.1. Pengolahan Data	34
3.5.2. Penyajian Data	35
3.5.3. Analisis Statistik Data	35
3.5.3.1. Uji Kualitas Data	35
3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi	37
3.5.3.3. Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Deskripsi Penelitian	43
4.2. Deskripsi Responden dan Data	44
4.2.1. Karakteristik Responden	44
4.2.2. Deskripsi Data	46
4.3. Hasil Pengujian Instrumen	49
4.3.1. Uji Validitas	49
4.3.2. Uji Reliabilitas	52
4.4. Analisis Statistik	55
4.4.1. Analisis Koefisien Determinasi	55
4.4.2. Pengujian Hipotesis	60
4.5. Temuan Hasil Penelitian	63
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1. Simpulan	66
5.2. Saran	67
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Sebelumnya	68
DAFTAR REFERENSI.....	69
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Skor Untuk Jawaban Kuesioner	31
Tabel 3.2. Indikator Penelitian Kepuasan (X_1).....	31
Tabel 3.3. Indikator Ikatan Emosional (X_2).....	32
Tabel 3.4. Indikator Kepercayaan (X_3).....	32
Tabel 3.5. Indikator Penelitian Kemudahan (X_4).....	33
Tabel 3.6. Indikator Penelitian Pengalaman Pelanggan (X_4).....	33
Tabel 3.7. Indikator Penelitian Loyalitas Pelanggan (Y).....	34
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	46
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Kepuasan (X_1)	49
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Ikatan Emosional (X_2)	50
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3)	50
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kemudahan (X_4)	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Pengalaman (X_5)	51
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y).....	52
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (X_1)	53
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas Ikatan Emosional (X_2)	53
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X_3)	53
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan (X_4)	54
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman (X_5)	54
Tabel 4.15. Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas	54
Tabel 4.16. Hasil Uji Parsial Kepuasan Pelanggan (X_1)	55

Tabel 4.17.	Hasil Uji Parsial Ikatan Emosional (X_2)	56
Tabel 4.18.	Hasil Uji Parsial Kepercayaan (X_3)..... ..	57
Tabel 4.19.	Hasil Uji Parsial Kemudahan (X_4)	58
Tabel 4.20.	Hasil Uji Parsial Pengalaman (X_5)	59
Tabel 4.21.	Hasil Uji Berganda	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Pelanggan Terbanyak	2
Gambar 1.2. Kecepatan Rata-rata Internet	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	27
Gambar 4.1. Logo Indosat Ooredoo.....	43
Gambar 4.2. <i>Skala Likert</i> Variabel Kepuasan.....	47
Gambar 4.3. <i>Skala Likert</i> Variabel Ikatan Emosional	47
Gambar 4.4. <i>Skala Likert</i> Variabel Kepercayaan.....	48
Gambar 4.5. <i>Skala Likert</i> Variabel Kemudahan	48
Gambar 4.6. <i>Skala Likert</i> Variabel Pengalaman	48
Gambar 4.7. <i>Skala Likert</i> Variabel Loyalitas Pelanggan.....	49
Gambar 4.8. Kerangka Konseptual Penelitian	63

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2. Skor Kuesioner Variabel Kepuasan (X_1)	77
Lampiran 3. Skor Kuesioner Variabel Ikatan Emosional (X_2).....	80
Lampiran 4. Skor Kuesioner Variabel Kepercayaan (X_3)	83
Lampiran 5. Skor Kuesioner Variabel Kemudahan (X_4).....	86
Lampiran 6. Skor Kuesioner Variabel Pengalaman (X_5).....	89
Lampiran 7. Skor Kuesioner Variabel Loyalitas (Y).....	92
Lampiran 8. Karakteristik Responden	96
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Kepuasan (X_1).....	97
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Ikatan Emosional (X_2).....	98
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3).....	99
Lampiran 12. Hasil Uji Validitas Kemudahan (X_4)	100
Lampiran 13. Hasil Uji Validitas Pengalaman (X_5)	101
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Loyalitas (Y).....	102
Lampiran 15. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan (X_1).....	103
Lampiran 16. Hasil Uji Realibitas Ikatan Emosional (X_2)	104
Lampiran 17. Hasil Uji Realibitas Kepercayaan (X_3)	105
Lampiran 18. Hasil Uji Realibitas Kemudahan (X_4).....	106
Lampiran 19. Hasil Uji Realibitas Pengalaman (X_5).....	107
Lampiran 20. Hasil Uji Realibitas Loyalitas (Y)	108
Lampiran 21. Hasil Uji Parsial Kepuasan (X_1)	109
Lampiran 22. Hasil Uji Parsial Ikatan Emosional (X_2).....	110
Lampiran 23. Hasil Uji Parsial Kepercayaan (X_3)	111
Lampiran 24. Hasil Uji Parsial Kemudahan (X_4).....	112

Lampiran 25.	Hasil Uji Parsial Pengalaman (X_5).....	113
Lampiran 26.	Hasil Uji Berganda.....	114