

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
WIFI INDIHOME**

(Studi Pada Pelanggan Indihome di Kecamatan Semarang Tengah)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
guna menyelesaikan studi akhir dan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Stikubank
Semarang



Oleh :

Nama : Akhmad Bambang Siswanto

Nim : 16.05.51.0047

Progdi : S1 – Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

202

HALAMAN PERSETUJUAN



Manuskrip skripsi ini telah memenuhi Syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian Pendarasan Skripsi

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WIFI INDIHOME

(Studi Pada Pelanggan Indihome di Kecamatan Semarang Tengah)

Oleh :

Nama : Akhmad Bambang Siswanto

Nim : 16.05.51.0047

Progdi : S1 – Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang

Semarang, 15 Januari 2020

Dosen Pembimbing

Drs. BAMBANG SUTEDJO, M.M
NIDN: 0628036101

HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KOMUNUKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WIFI INDIHOME

(Study Pada Pelanggan Wifi Indihome di Kecamatan Semarang Tengah)

Oleh:

Nama : Akhmad Bambang Siswanto

Nim : 16.05.51.0047

Progdi : S1 - Manajemen

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripri dan Skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: 3 Februari 2021

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing
(Penguji I)

Drs. BAMBANG SUTEDJO, M.M

NIDN: 0628036101

(Penguji 2)

Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si

NIDN: 0027037101

(Penguji III)

Drs. ROKH EDDY PRABOWO, . MSi

NIDN: 0626125911

Mengetahui,

Dewan Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si

NIDN: 0027037101

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WIFI INDIHOME

(Study Pada Pelanggan Wifi Indihome di Kecamatan Semarang Tengah)

Oleh:

Akhmad Bambang Siswanto

NIM : 16.05.51.0047

Prodi: S1 - Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 3 Februari 2021

Penyusun,

Akhmad Bambang Siswanto

NIM: 16.05.51.0047

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Yang pertama saya ucapkan Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Azza wa Jalla, atas segala limpahan karunia serta rahmatNya karena telah diberi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
2. Tidak lupa sholawat dan salam kepada junjungan kita nabi Muhammad ﷺ
3. Karya penulisan ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung, mendoakan serta memberikan nasehat demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
4. Selanjutnya, saya ucapkan terima kasih kepada saudara – saudara saya yang telah memberikan doa, serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Tidak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada teman – teman serta sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu – persatu, yang telah memberikan dukungan, serta semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi.
6. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
7. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
8. Sri Sudarsi, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank Semarang sekaligus sebagai Dosen Wali saya.
9. Bapak Bambang Sutedjo, DRS., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, dukungan, dan saran untuk membimbing penyusunan skripsi ini, terima kasih.
10. Segenap dosen dan para staf karyawan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan.
11. Serta seluruh Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Semarang, 3 Februari 2021



Akhmad Bambang Siswanto
NIM: 16.05.51.0047

MOTTO

“Man jadda wajada, siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil.”

(Ahmad Fuadi, Negeri 5 Menara)

“Inti hidup itu adalah kombinasi niat ikhlas, kerja keras, doa dan tawakkal.”

(Ahmad Fuadi, Negeri 5 Menara)

“Jangan terlalu bergantung pada siapapun di dunia ini. Karena bayanganmu saja akan meninggalkanmu di saat gelap”

(Ibnu Taymiyyah)

Kegagalan adalah hal yang biasa, yang luar biasa adalah bagaimana cara kita untuk bangkit dan meraih keberhasilan.

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menganalisis bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Wifi Indihome (Study pada pelanggan wifi Indihome di Kecamatan Semarang Tengah). Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* yang berjumlah 100 orang. Pada penelitian ini pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang berlokasi di Semarang Tengah serta telah menggunakan wifi Indihome. Pada penelitian ini pengujian menggunakan uji *instrument*, analisis linear berganda serta uji model. Pada penelitian ini berdasarkan uji hipotesis diperoleh hasil sebagai berikut: komunikasi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Komunikasi Pemasaran, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACS

This study aims to determine and analyze how the Effect of Service Quality, Price Perception, and Marketing Communication on Customer Satisfaction of Wifi Indihome (Study of Indihome wifi customers in Central Semarang district). Sampling in this study using purposive sampling technique which amounted to 100 people. In this study, the sampling was based on the criteria that apply in Central Semarang and had used Indihome wifi. In this study, testing used instrument tests, multiple linear analysis and model testing. In this study, based on hypothesis testing, the following results were obtained: marketing communication has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and price perception has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Marketing Communication, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Pertama marilah kita ucapkan puji syukur kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat serta karuniaNya saya bisa menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Wifi Indihome (Studi Pada Pelanggan Indihome di Kecamatan Semarang Tengah)” dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Manajemen program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Semarang Tengah dengan sampel yang memadai. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa komunikasi pemasaran, kualitas layanan dan persepsi harga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Namun penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan dari aspek metodologis. Oleh karena itu pembaca yang berminat pada kajian penelitian ini perlu mempertimbangkan informasi ini sebagai referensi selanjutnya. Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Namun kendala tersebut dapat diatasi penulis dengan adanya bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Safik Faozi, SH., M.Hum selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dr. Euis Soliha, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
3. Sri Sudarsi, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank Semarang sekaligus sebagai Dosen Wali saya.
4. Bapak Bambang Sutedjo, DRS., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, dukungan, dan saran untuk membimbing penyusunan skripsi ini, terima kasih.

5. Dosen penguji sidang skripsi atas saran dan masukannya dalam perbaikan skripsi ini
6. Segenap dosen dan para staf karyawan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan.
7. Terimakasih pada para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Selanjutnya, saya ucapkan terima kasih kepada saudara – saudara saya yang telah memberikan doa, serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Tidak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada teman – teman serta sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu – persatu, yang telah memberikan dukungan, serta semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi.
10. Serta seluruh Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis sudah maksimal dalam menyusun skripsi ini, namun apabila masih terdapat kekurangan dihadapan pembaca, maka Penulis sangat senang menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Semarang, 3 Februari 2021



Akhmad Bambang Siswanto
NIM: 16.05.51.0047

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACTS</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	7
BAB II	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Kualitas Layanan	9
2.1.2 Persepsi Harga	13
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	31
2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Konsumen	31
2.3.2 Hubungan Antara Persepsi Harga dengan Kepuasan Konsumen	33
2.3.3 Hubungan Antara Komunikasi Pemasaran dengan Kepuasan Konsumen	34
2.4 Model penelitian	35
BAB III	37

3.1 Objek Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1 Sumber data	39
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Definisi Konsep dan Operasional	40
3.5 Uji Intrumen Penelitian	42
3.5.1 Uji Validitas	42
3.5.2 Uji Reliabilitas	43
3.6 Uji Model	43
3.6.1 Uji Simultan (Uji F)	43
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R2)	44
3.7 Uji Hipotesis	45
3.7.1 Uji t	45
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	45
BAB IV	47
4.1 Deskripsi Umum Responden	48
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Status, Lama Langgan, Paket Yang dipilih, Informasi dan Alasan	48
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	52
4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Komunikasi Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan	52
4.3 Uji Instrumen	55
4.3.1 Pengujian Validitas	55
4.3.2 Reliabilitas	56
4.4 Uji Model	57
4.4.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	57
4.4.2 Uji Determinasi R²	58
4.5 Uji Hipotesis	58
4.5.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)	58
4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda	60

4.6 Pembahasan	61
4.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.6.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.6.3 Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan ...	63
BAB V	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Implikasi Manajerial	64
5.3 Keterbatasan Penelitian	65
5.4 Rekomendasi Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN 1	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Skala Linkert.....	40
Tabel 3.2 Definisi Konsep.....	41
Tabel 4.1 Deskripsi Responden.....	49
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel.....	52
Tabel 4.3 Uji Validitas.....	55
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.5 Uji Regresi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pasang Baru Indihome bulan Juli 2019- Juli 2020.....	5
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	36