

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SIMPATI DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun oleh:

Ferdi Chandra Putra

1203110143



Dosen Pembimbing

Farah Oktafani, SE, MM

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya, Ferdi Chandra Putra menyatakan bahwa Skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan SIMPATI Di Kota Padang**” adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan kecuali melalui pengutipan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Saya bersedia menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam Skripsi saya ini.

Bandung, Agustus 2017

Yang membuat pernyataan,

(Ferdinand Chandra Putra)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan simPATI Di Kota Padang” dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan begitu banyak bantuan, baik berupa bimbingan, dorongan, semangat, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Farah Oktafani, SE., MM, selaku dosen pembimbing skripsi atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung, dan mengarahkan penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.
2. Ayah Tercinta, Bapak Yursal Chan, Ibunda Tercinta, Gadis Ramiah, Kedua Kakak (Widya Eka Putri dan Fertika Sari), dan seluruh keluarga besar terimakasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang telah diberikan kepada saya.
3. Ibu Putu Nina Madiawati selaku dosen wali;
4. Seluruh staf sekretariat Administrasi Bisnis yang telah banyak membantu penulis dalam mengurus berbagai hal untuk memperlancar skripsi ini.
5. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.
6. Sarahnaz Lubis selaku rekan terbaik dalam penulisan skripsi saya ini.
7. Sahabat-sahabat saya Rayhan, Angga Prayoga, Hafizhul Khair, M Galuhgah, Surya Pratama, Athira Tjahya Utama dan Tri O Dini Sonda.

8. Teman-teman kelas semasa kuliah Administrasi Bisnis Kelas D 2011 yang memberikan canda dan tawa selama masa perkuliahan.

Semoga amal baik serta pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Amin. Dalam kesempatan ini penulis tidak luput dari segala kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik kepada semua pembaca untuk perbaikan skripsi ini.

Bandung, Juli 2017

Ferdi Chandra Putra

ABSTRAK

Saat ini persaingan operator telekomunikasi di Indonesia sangat ketat. Terlihat dari operator yang memberikan banyak bonus, salah satunya adalah Telkomsel. Salah satu produk Telkomsel adalah simPATI. Pengguna operator di Indonesia sebagian besar adalah remaja, dengan kisaran 19 sampai 24 tahun di seluruh Indonesia. Mereka menggunakan operator seluler tidak hanya untuk SMS atau telepon melainkan untuk mencari informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan simPATI di Kota Padang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Regresi Linier Sederhana. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan skala yang digunakan adalah skala ordinal. Metode observasi yang digunakan adalah wawancara dan penyebaran kuisioner. Penelitian ini memilih populasi pengguna Simpati di kota Padang sebanyak 59.929 selama tahun 2016 dengan cara menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden kepada masyarakat di Kota Padang. Setelah itu, data diolah dengan menggunakan SPSS 22.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki persentase sebesar 77,22% dan kepuasan pelanggan simPATI sebesar 69,92%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk dan kepuasan pelanggan simPATI di Kota Padang termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan pengujian hipotesis determinasi mendapatkan hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 43,1% terhadap kepuasan pelanggan masyarakat di Kota Padang. Sedangkan 56,9% dipengaruhi oleh faktor lain diluar kualitas produk.

Kata kunci: Kualitas produk, Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Currently the competition of telecommunication operators in Indonesia is very tight. Seen from the operator that provides many bonuses, one of which is Telkomsel. One of Telkomsel's products is simPATI. Operator users in Indonesia are mostly teenagers, with a range of 19 to 24 years old across Indonesia. They use mobile operators not only for SMS or phone but to search for information. This study aims to analyze the effect of product quality on the satisfaction of simPATI in Padang City

The method used in this research is Simple Linear Regression Method. The type of this research is quantitative descriptive research and the scale used is ordinal scale. Observation methods used were interview and questionnaire distribution. This study chose the user population of sympathy in the city of Padang as much as 59.929 during 2016 by distributing a questionnaire of 100 respondents to the public in the city of Padang. After that, the data is processed using SPSS 22.

Descriptive analysis showed that the quality of the product has a percentage of 77.22% and customer satisfaction simPATI amounted to 69.92%. These percentages show that product quality and customer satisfaction simPATI in Padang included in the category good.berdasarkan hypothesis test of determination to get the result that the quality of the product has the effect of 43.1% on customer satisfaction communities in Padang. While 56.9% influenced by other factors outside product quality.

Keywords: Product quality, Customer satisfaction

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Visi dan Misi	2
1.1.4 Skala Usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum	2
1.1.5 Produk dan Layanan Indosat.....	4
1.1.6 Pengelolaan Sumber Daya.....	6
1.5 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Perumusan Masalah	18
1.4 Tujuan Penelitian	18
1.5 Kegunaan Penelitian.....	18
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	20
2.1 Tinjauan Pustaka	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 Bauran Pemasaran	20
2.1.3 Perilaku Konsumen	25
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian	27
2.1.5 Tipe Perilaku Keputusan Pembelian	30

2.1.6 Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan	
Pembelian	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
2.4 Hipotesis Penelitian.....	48
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Variabel Operasional	49
3.2.1 Variabel Penelitian.....	50
3.2.2 Skala Pengukuran.....	52
3.3 Tahapan Penelitian.....	53
3.4 Populasi dan Sampel	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel.....	55
3.5 Pengumpulan Data	57
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	57
3.6.1 Uji Validitas	57
3.6.2 Uji Realibilitas	60
3.7 Teknik Analisis Data.....	61
3.7.1 Analisis Deskriptif	61
3.7.2 <i>Method Of Succesive Interval (MSI)</i>	63
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	64
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.7.5 Pengujian Hipotesis	66
3.7.6 Koefisien Determinasi	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	69
4.1 Pengumpoulan Data	69
4.2 Karakteristik Responden	69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	70

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Rata-Rata	71
4.3 Hasil Penelitian	72
4.3.1 Analisis Deskriptif	72
4.4. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval.....	88
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	90
4.4.3 Uji Hipotesis	94
4.4.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	99
4.5 Analisis Hasil Dan Pembahasan.....	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	105
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo Indosat.....	1
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Indosat	7
Gambar 1.3 Pangsa Pasar Operator Indonesia	8
Gambar 1.4 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 1.5 Pengguna Operator Seluler Mahasiswa Administrasi 2011-2014	16
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran	21
Gambar 2.2 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.3 Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	54
Gambar 3.2 Garis Kontinum Kriteria Interpretasi Skor	63
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	71
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Rata-Rata.....	73
Gambar 4.4 Persentase Garis Kontinum Produk (X_1).....	76
Gambar 4.5 Persentase Garis Kontinum Harga (X_2)	79
Gambar 4.6 Persentase Garis Kontinum (X_3)	81
Gambar 4.7 Persentase Garis Kontinum Promosi (X_4)	84
Gambar 4.8 Persentase Garis Kontinum Bauran Pemasaran	85
Gambar 4.9 Persentase Garis Kontinum Proses Keputusan Pembelian (Y)	88
Gambar 4.10 Grafik Normal <i>Probability Plot</i>	89
Gambar 4.11 Grafik <i>Scatterplot</i>	92
Gambar 4.11 Garis Kontinum Kriteria Interpretasi Skor	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Produk Indosat	4
Tabel 1.2 Layanan Indosat	5
Tabel 1.3 Daftar Perusahaan dan Produk Telekomunikasi	9
Tabel 1.4 Paket Layanan Internet Operator Indonesia	11
Tabel 1.5 Jumlah Pengguna Operator Seluler Tahun 2014	16
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Kuesioner	53
Tabel 3.3 Jumlah Responden Angkatan 2011-2014	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 3.6 Persentase Kriteria Interpretasi Skor	62
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian	70
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Produk (X_1).....	73
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Harga (X_2)	76
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Tempat (X_3).....	80
Tabel 4.5 Responden Mengenai Promosi (X_4)	82
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Bauran Pemasaran ...	84
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian.....	86
Tabel 4.8 One Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	90
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	91
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	93
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan).....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Uji Parsial)	97
Tabel 4.13 Besarnya Pengaruh Secara Parsial	98
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data 30 Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Data 100 Responden

Lampiran 5 Hasil Konversi MSI

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana