

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya maka tugas akhir ini dapat diselesaikan. Tugas akhir yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK INDOSAT M2 TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOTA BANDUNG PERIODE 2010-2011”** ini disusun untuk memenuhi persyaratan kurikulum sarjana strata-1 (S-1) pada Jurusan Administrasi Bisnis, Institut Manajemen Telkom.

Atas semua bantuan yang telah diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini hingga selesai, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Citra Kusuma Dewi, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam penyusunan tugas akhir ini.
2. Ibu Ida Nurnida Relawan, Dra., MM selaku Ketua Prodi Jurusan Administrasi bisnis, Institut Manajemen Telkom.
3. Ibu Nurafni Rubiyanti, S.MB, MBA dan Ibu Anita Silvianitya. SE., MSM selaku dosen penguji sidang yang banyak memberikan masukan pada penelitian penulis.
4. Seluruh dosen dan karyawan Jurusan Administrasi bisnis, Institut Manajemen Telkom., atas ilmu, bimbingan dan bantuannya hingga penulis selesai menyusun tugas akhir ini.
5. Bapak Hidayat Yudha Priatna dan Ibu Tuti Suryatni, orang tua penulis, yang telah membesarkan serta mendidik dan Fathimah Al – Zahra sebagai adik yang selalu memberikan dukungan, serta doa kepada penulis.

6. Kekasih Salvinia Kartikasari Darmawan yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
7. Rekan-rekan di Program Studi Administrasi bisnis, Institut Manajemen Telkom.yang juga telah banyak membantu penulis.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini belum sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan dalam penyempurnaan tugas akhir ini.

Terakhir penulis berharap, semoga tugas akhir ini dapat memberikan hal yang bermanfaat dan menambah wawasan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis juga.

Bandung, Maret 2013

Penulis,

Andhika Nugraha
NPM : 108100002

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil PT. Indosat Mega Media	1
1.1.2 Visi, Misi, Nilai dan Motto PT. Indosat Mega Media	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Identifikasi Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	11

2.1.1 Konsep Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	12
2.1.3 Konsep Kualitas Produk	14
2.1.3.1 Pengertian Kualitas	14
2.1.3.2 Pengertian Produk	15
2.1.3.3 Pengertian Kualitas Produk	18
2.1.4 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	20
2.1.4.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.1.4.2 Objek Pengukuran Kepuasan Pelanggan	23
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran	30
2.4 Hipotesis	31
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Variabel Operasional	33
3.3 Tahapan Penelitian	35
3.4 Populasi dan Sampel	36
3.4.1 Populasi	36
3.4.2 Sampel	37
3.5 Pengumpulan Data	38
3.5.1 Sumber Data	38
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	39

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.7 Teknik Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Deskriptif	46
3.7.2 Analisis Koefisien Regresi	47
3.7.3 Uji Hipotesis	47
3.7.4 Analisa Koefisien Determinasi	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	49
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Kualitas Produk IndosatM2 di Kota Bandung	54
4.2.1.1 Kinerja (<i>Performance</i>)	54
4.2.1.2 Ciri-ciri atau Keistimewaan Tambahan (<i>Feature</i>)	56
4.2.1.3 Kesesuaian Dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	58
4.2.1.4 Keandalan (<i>Realibility</i>)	60
4.2.1.5 Daya tahan (<i>Durability</i>)	62
4.2.1.6 Estetika (<i>Aesthetic</i>)	64
4.2.1.7 Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	66
4.2.1.8 <i>Serviceability</i>	68

4.2.2	Kepuasan Pelanggan IndosatM2 di kota Bandung	71
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Galeri IndosatM2 terhadap kepuasan pelanggan di Kota Bandung	74
4.2.3.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	74
4.2.3.2	Uji Hipotesis	75
4.2.3.3	Koefisien Determinasi	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran Untuk Kegunaan Teoritis	80
5.2.2	Saran Untuk Kegunaan Praktis	80

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	----

LAMPIRAN	84
-----------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Churn Pelanggan Indosat M2 di Bandung Tahun 2011	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	42
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	43
Tabel 3.4	Interprestasi Reliabilitas	45
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)	45
Tabel 3.3	Skala Interval	47
Tabel 4.1	Skala Nilai Interval	54
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai Kinerja (<i>Performance</i>)	55
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Ciri-ciri atau Keistimewaan Tambahan (<i>Feature</i>)	57
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Kesesuaian Dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	59
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Keandalan (<i>Reliability</i>)	60
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Daya tahan (<i>Durability</i>)	62
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Estetika (<i>Aesthetic</i>)	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	66
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Serviceability</i>	68

Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai (<i>Satisfaction</i>) Kepuasan	72
Tabel 4.12 Tabel Persamaan Regresi Sederhana	75
Tabel 4.13 Hasil perhitungan Uji t	76
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Indosat M2	1
Gambar 2.1	bauran Pemasaran	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	36
Gambar 4.1	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2	Grafik Responden Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan	51
Gambar 4.4	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Gambar 4.5	Grafik Responden Berdasarkan Intensitas Kunjungan	53
Gambar 4.6	Garis Kontinum Kinerja (<i>Performance</i>)	56
Gambar 4.7	Garis Kontinum Ciri-ciri atau Keistimewaan Tambahan (<i>Feature</i>)	58
Gambar 4.8	Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specifiaction</i>)	60
Gambar 4.9	Garis Kontinum Keandalan (<i>Realibity</i>)	62
Gambar 4.10	Garis Kontinum Keandalan (<i>Durability</i>)	64
Gambar 4.11	Garis Kontinum Estetika (<i>Aesthetic</i>)	66
Gambar 4.12	Garis Kontinum Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	68
Gambar 4.13	Garis Kontinum <i>Serviceability</i>	70

Gambar 4.14	Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk	71
Gambar 4.15	Garis Kontinum Sub Variabel <i>Satisfaction</i> (Kepuasan)	73
Gambar 4.16	Kurva Distribusi Normal	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	88
Lampiran 2	Data Ordinal Variabel X	92
Lampiran 3	Data Ordinal Variabel Y	97
Lampiran 4	Data Transformasi Data Ordinal Kualitas Produk Ke Interval	100
Lampiran 5	Data Transformasi Data Ordinal Kepuasan Pelanggan Ke Interval	105
Lampiran 6	Data Skala Interval Variabel X dan Y	108
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	113
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	117
Lampiran 9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	118
Lampiran 10	Hasil Uji Persamaan Regresi Sederhana	119