



PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN

**(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**Dian Amanda Kartika Sari
NIM. 13.10.411.049**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2017**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Amanda Kartika Sari

NIM : 13.10.411.049

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isisnya, sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 28 Juli 2017

Yang menyatakan,



Dian Amanda K. S.

NIM. 13.10.411.049

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
TERHADAP RETENSI PELANGGAN

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh :

Dian Amanda Kartika Sari
NIM. 13.10.411.049

Pembimbing:

Pembimbing Utama : Seno Sumowo, SE., MM.

Pembimbing Pendamping : Yohanes G. W., SE., MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Juli 2017
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Drs. Akhmad Suharto, MP.
NPK. 89 06 242

Anggota 1,

Seno Sumowo, SE., MM.
NPK. 01 09 288

Dekan,

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK. 01 09 289

Anggota 2,

Yohanes G. W., SE., MM.
NPK. 15 09 653

Ketua Program Studi,

Drs. Anwar, M.Sc.
NPK. 85 03 125

Mengesahkan:

MOTTO

“Sesungguhnya orang yang paling mulia di sisi Allah adalah orang yang paling taqwa di antara kalian”
(QS. Al-Hujurat: 13)

“Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan selain Dia. hanya kepada-Nya aku bertawakal”
(QS. At-Taubah : 129)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui
(QS. Al-Baqarah : 216)

Maha benar Allah dengan segala firman-Nya

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- 1. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya sampai saat ini.*
- 2. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi.*
- 3. Semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi*
- 4. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammdiyah Jember*

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember, yakni berjumlah 1.697 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 95 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi menunjukkan bahwa harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien positif, yang berarti semua variabel independen berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 53.8% variabel retensi pelanggan dapat dijelaskan oleh harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 46.2% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *switching cost*, citra merek, citra perusahaan dan lain-lain.

Kata kunci: harga, kepercayaan, kepuasan dan retensi pelanggan

ABSTRACT

Research about factors that influence customer retention. The purpose of this research is to analyze the influence of price, trust and customer satisfaction to the customer retention. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are All the active students of the Department Management, Economics Faculty, Muhammadiyah Jember University, amounted to 1697 students. The samples used were 95 respondents. The analysis tool using multiple linear regression. Regression analysis showed price, trust and customer satisfaction have a positive influence to the customer retention. Hypotesis test results showed significant value of leadership styles, organizational commitment and communication have a significant influence to the customer retention. Coefficient determination test shows that 53.8% of customer retention influenced by price, trust and customer satisfaction. While the remaining 46.2% is influenced by other variables outside the model or equation, like Switching cost, brand image, corporate image and others.

Key words: price, trust, customer satisfaction dan customer retention

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena berkat izin dan ridhoNya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Kartu Perdana Telkomsel di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)”.

Peneliti sadar bahwa skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Drs. Anwar, M.Sc. sebagai Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu dan mempermudah proses pengajuan skripsi.
3. Drs. Akhmad Suharto, MP. sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada peneliti.
4. Kedua dosen pembimbing saya, Seno Sumowo, SE., MM. sebagai Dosen Pembimbing I dan Yohanes G. W., SE., MM. sebagai Dosen Pembimbing II yang sudah membimbing saya dengan teliti dan sabar, terimakasih.
5. Kedua orang tua tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.

Sesuai dengan pribahasa yang berbunyi “tak ada gading yang tak retak”, peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan bagi almamater tercinta.

Hormat saya,
Dian Amanda K. S.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3.Tujuan dan Keegunaan Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Pemasaran.....	8
2.2. Jasa	9
2.3. Pemasaran Jasa	12
2.4. Perilaku Konsumen	13
2.5. Bauran Pemasaran	18
2.6. Harga	21
2.7. Kepercayaan	24
2.8. Kepuasan Konsumen	26
2.9. Retensi Pelanggan	28
2.10. Tinjauan Penelitian Terdahulu	29
2.11. Kerangka Konseptual	32

2.12. Hipotesis	32
BAB 3. METODE PENELITIAN	33
3.1 Identifikasi Variabel	33
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3 Desain Penelitian	34
3.4 Jenis Data	35
3.5 Populasi dan Sampel	35
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Uji Instrumen Data	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.8.4 Uji Hipotesis	40
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi	41
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1. Gambaran Umum PT. Telekomunikasi Indonesia.....	43
4.2. Statistik Deskriptif	45
4.3. Hasil Analisis Data	51
4.3.2 Uji Instrumen Data.....	51
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.5 Uji Hipotesis	57
4.3.6 Koefisien Determinasi	59
4.4. Pembahasan.....	59
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1. Kesimpulan	62
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2. Usia Responden.....	45
Tabel 4.3. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Harga	46
Tabel 4.4. Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Kepercayaan	48
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 4.6. Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Retensi Pelanggan.....	50
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	51
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	52
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan	52
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Retensi pelanggan	52
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	56
Tabel 4.14. Hasil Uji t	57
Tabel 4.15. Hasil Uji F	58
Tabel 4.16. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pangsa Pasar Operator di Indonesia Tahun 2015.....	4
Gambar 1.2. Pengguna Kartu Perdana di Jember	5
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2.2. Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1. Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	66
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	70
Lampiran 3. Output SPSS : Frekuensi Jawaban Responden.....	73
Lampiran 4. Output SPSS : Uji Instrumen Penelitian.....	78
Lampiran 5. Output SPSS : Regresi, Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis	83

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar and Parvez. 2009. Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction Loyalty. *ABAC Journal*, Vol. 29, No.1. Januari, 24-38.
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*. Edisi Pertama. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Barnes, James G., 2005. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Andi, Yogyakarta.
- Buttle, Francis. 2007. *Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan)*. Bayumedia. Jakarta.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kembuan. 2015. The Effect of Price And Brand Trust on Customer Retention at Telkomsel Provider in Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 05.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Komaria, Novia Tri. 2017. Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost dan Trust in Brand Terhadap Customer Retention (Studi Kasus: Pengguna Layanan Kartu Perdana Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.

- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Salemba Empat, Jakarta.
- Mukherjee, A. and Nath, P. 2009. *A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal of Bank Marketing Bradford*, 21 (1), <http://proquest.com>
- Mowen, John C. & Minor, Michael. 2007. *Perilaku Konsumen*. Erlangga, Jakarta.
- Payne, Adrian. 2007. *The Essence of Service Marketing*. Andi & Pearson Education (Asia), Yogyakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sulistyo, Bondan dan Retno Dewanti. 2013. Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Hambatan Beralih Terhadap Retensi Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Indosat Im3 Wilayah Jakarta). *Jurnal Binus University*.
- Strauss, Judy. 2005. *E-Marketing*. Upper Saddle River, New Jersey.
- Swastha, Basu & Hani Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran - Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. (ed 3). Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa; Konsep dan Implementasi*, Edisi Kedua, Ekonisia, Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.