

ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN

TELKOMSEL DI INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Ahmad Dahlan

Yogyakarta



Disusun Oleh:

Anindhita Ardiningrum

2100011217

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN**ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI INDONESIA**

Yogyakarta, ^{3/1}.....2025

Pembimbing,

Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIY. 60010373

LEMBAR PENGESAHAN
ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI INDONESIA

Diajukan Oleh :
ANINDHITA ARDININGRUM

NIM : 2100011217

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Tanggal: 3 Maret 2025

Yang terdiri dari :

Ketua Tim Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIPM: 19740708 200102 011 0881525

Anggota Tim Penguji 1



Dr. Sukardi, M.M.

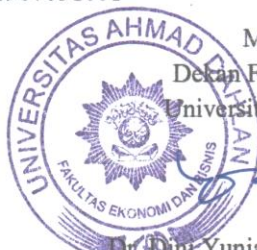
NIPM: 196007231987031001

Anggota Tim Penguji 2



Adhitya Rechandy Christian, S.E., M.M.

NIPM: 19920126 201810 111 1311364



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIO nR.

NIPM : 19700620 199601 011 0784345

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul “ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL DI INDONESIA” ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 03 Maret.....2025

Saksi 1, Ketua Penguji



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIPM: 19740708 200102 011 0881525

Yang menyatakan,



Anindhita Ardiningrum

NIM 2100011217

Saksi 2, Anggota Tim Penguji 1



Dr. Sukardi, M.M.

NIPM: 196007231987031001

Saksi 3, Anggota Tim Penguji 2



Adhitya Rechandy Christian, S.E., M.M.

NIPM: 19920126 201810 111 1311364

PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anindhita Ardiningrum
NIM : 2100011217
Email : anindhita2100011217@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI INDONESIA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujiakan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benar dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, **03 Maret**.....2025

Yang menyatakan,



Anindhita Ardiningrum

NIM 2100011217

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Anindhita Ardiningrum
NIM : 2100011217
Email : anindhita2100011217@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN
TELKOMSEL DI INDONESIA

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur, serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:

Saya (mengizinkan / ~~tidak mengizinkan~~) karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 03 Maret.....2025

Yang menyatakan,



Anindhita Ardiningrum

NIM 2100011217

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.

NIPM: 19740708 200102 011 0881525

MOTTO

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras (untuk kebajikan yang lain).”

(Q.S Al-Insyirah, 94:5-7)

Dalam kalam Allah diatas, Allah telah menjanjikan bahwa sesungguhnya di dalam seluruh kesempitan yang terasa terdapat kelapangan yang mengikuti, dan di dalam setiap kekurangan untuk mencapai sesuatu terdapat jalan keluar yang telah dijanjikan.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur yang berlimpah kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas *support* beserta doa dari seluruh orang terkasih, akhirnya penulis telah sampai pada titik penyelesaian skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Sehingga dengan penuh rasa bahagia dan hati yang berbangga saya ingin mengucapkan sejuta terima kasih dan rasa syukur saya kepada :

1. Tuhanku, Allah SWT yang telah menganugerahkan sejuta kemudahan dan beribu pertolongan serta memberikan kekuatan yang tak terhingga sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini dengan baik.
2. *Supporter* sekaligus sahabat terbaik, pintu surgaku, ibuku, Nur Dyah Iswarini S.Ip,. Saya ingin mengucapkan terima kasih atas segala pengorbanan dan kerja keras yang telah dilakukan sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
3. Panutan dan sandaran yang kokoh dan selalu teguh, Bapak Teguh Winarno S.Hut. Penulis ingin mengutarakan seribu terima kasih atas seluruh bentuk dukungan yang telah diberikan kepada penulis dalam hidup terutama dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Sahabat terbaik dan yang paling bisa diandalkan, adikku Awindya Ayuningtyas Ramadhani. Terima kasih atas segala dukungan dan *support* yang diberikan, penulis yakin kamu akan segera menyusul dengan skripsimu.
5. Adik paling lucu dan pelipur lara, Adhwa Widya Nazura. Terima kasih atas hari-hari yang menyenangkan, semoga kamu dapat mencapai mimpimu.
6. Keluarga besar Bani Djahid dan Bani Abdulhajan yang selalu mendukung dan mendo'akan kelancaran studi hingga penulisan skripsi

7. Keluarga Buddies (Mbak Abel, Mbak Nisa, Rafiq, Devi, Dario dan Hani) serta keluarga kantor KKUI yang telah menjadikan penulis sebagai bagian dari sebuah keluarga yang hangat.
8. Teman-teman kuliah yang selalu setia membantu dan menemani keseharian penulis sebagai mahasiswa: Edtincia Hawa, Rachma, Agnes, Chintya, Sintya, Hani, Daffa, Rofika, Aura dan Nur. Semoga kesuksesan ada di jalan kita selalu.
9. Seluruh teman Leonarithy dan Estrellas de Quatro yang selalu hangat dan baik.
10. Seluruh anggota keluarga besar Prodi Manajemen FEB Universitas Ahmad Dahlan
11. Yang terakhir dan yang paling penting, kepada diri saya sendiri, Anindhita Ardiningrum yang sudah berjuang melewati berbagai rintangan hidup dan mau bertumbuh serta berproses sejauh ini. Kamu hebat !

Yogyakarta, 11 November 2024

Penulis



Anindhita Ardiningrum

ABSTRAK

Dengan majunya teknologi saat ini, kebutuhan internet dan telekomunikasi termasuk kategori kebutuhan primer yang sangat dibutuhkan khalayak umum dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Dengan meningkatnya kebutuhan ini maka pasar untuk perusahaan penyedia layanan seluler semakin progresif dan dinamis. Satu dari banyak perusahaan yang menjadi bagian dari industri telekomunikasi dalam bidang penyediaan layanan telekomunikasi di Indonesia adalah PT Telekomunikasi Seluler atau Telkomsel. Telkomsel adalah perusahaan penyedia layanan seluler yang terbesar dan memiliki jaringan terluas di Indonesia. Dengan banyaknya pesaing, penting bagi perusahaan untuk memiliki loyalitas pelanggan yang kuat untuk mempertahankan pangsa pasar. Loyalitas pelanggan adalah suatu hubungan yang terbangun diantara pelanggan dengan perusahaan. Suatu perusahaan yang baik akan selalu mengutamakan dan memperhatikan pelanggan dengan tujuan supaya pelanggan akan merasa puas atas produk yang ditawarkan dan merasa nyaman sehingga menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan. Dengan adanya kebutuhan tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk meneliti pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra merek dan harga terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Indonesia. Populasi dari penelitian yang dilakukan adalah pelanggan Telkomsel di seluruh Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling*, dengan metode yang dipilih adalah metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 133. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan media kuesioner. Hasil penelitian yang telah dilakukan menyimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan, dan citra merek memengaruhi loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan. Namun, variabel kualitas layanan dan harga tidak memengaruhi secara signifikan.

Kata kunci : Loyalitas Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga

ABSTRACT

With the advancement of technology that happens right now, the need for internet and telecommunication became one of our primary need. As this need increases, the market for mobile service provider companies continues to grow. One of many company that operates in the field of telecommunication service in Indonesia is PT Telekomunikasi Seluler, or Telkomsel. Telkomsel is currently positioned as the largest mobile service in Indonesia with widest coverage throughout Indonesia's vast archipelago. With many competitors, it is very important for company to have strong customer's loyalty to maintain it's market share. Customer loyalty is defined as relationship established between the customer and the company. A good company will always prioritize and pay attention to customers with a great hope that customers will feel satisfied and comfortable with their services or products, thus creating loyalty to the company. Therefore, this research aims to examine the positive and significant influence of service quality, customer satisfaction, brand image, and price on customer's loyalty of Telkomsel customers throughout Indonesia. Non-probability sampling is the sampling that is used in this study, accompanied with purposive sampling as the chosen method and a this study has gathered a total amount of 133. The data collection technique used in this study is collected through the use of questionnaires. The result of the study conclude that the variables of customer satisfaction, and brand image both positively and significantly affect customer loyalty. However, the variables of service quality and price do not significantly influence customer loyalty.

Keyword : Customer Loyalty, Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Image, and Price

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Adil lagi Maha Bijaksana, penulis ingin memanjatkan beribu puja serta puji syukur kehadirat Allah SWT, yang atas kuasa-Nya telah melimpahkan nikmat dan anugrahnya kepada penulis, sehingga penulis telah mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANTESEDEN LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL DI INDONESIA” Skripsi ini disusun oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan. Dalam proses penyelesaian studi dan rangkaian penulisan skripsi ini, penulis telah memperoleh banyak bantuan dalam berbagai bentuk, baik berupa arahan, pengajaran dan bimbingan dari berbagai pihak. Atas segala bantuan yang sangat bermakna penulis menyampaikan beribu terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberikan kepemimpinan dan arahan strategis untuk pengembangan Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E.,M.Si.,CIQnR. selaku Dekan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah melakukan pengelolaan dan pengembangan fakultas di Universitas Ahmad Dahlan.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memimpin dan mengembangkan program studi untuk menghasilkan lulusan yang kompeten..
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si. yang tidak hanya membimbing, namun juga memberikan inspirasi dan semangat selama

proses penyusunan skripsi ini. Tanpa jasa beliau, penulis tidak mungkin dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar seperti saat ini.

5. Bapak Andi Suseno S.Th.I, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sepanjang masa studi di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Seluruh Bapak Ibu Dosen yang telah membagikan ilmu di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Teguh dan Ibu Dyah, terima kasih atas segala *support* baik moral maupun material yang telah diberikan untuk penulis. Semoga penulis bisa membalas jasa kalian di kemudian hari.
8. Kedua adik penulis, Ayu dan Adhwa yang selalu memberi semangat dan motivasi.
9. Seluruh teman yang telah mewarnai hari-hari penulis
10. Setiap responden yang menjadi bagian integral dalam penelitian ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa terdapat begitu banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Manajemen, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 November 2024

Penulis



Anindhita Ardiningrum

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
1. Bagi akademisi	13
2. Bagi praktisi	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Landasan Teori	14
1. Kualitas Layanan.....	14
2. Kepuasan Pelanggan.....	17
3. Citra Merek.....	23
4. Harga	27
5. Loyalitas Pelanggan.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Pengembangan Hipotesis.....	37
1. Peran Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	37
2. Peran Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	39
3. Peran Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan.....	40
4. Peran Harga terhadap Loyalitas Pelanggan	41
D. Model Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43

A.	Paradigma Penelitian	43
B.	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	44
1.	Populasi	44
2.	Sampel.....	44
3.	Teknik Sampling.....	45
C.	Jenis Data.....	47
D.	Teknik Pengumpulan Data	48
E.	Skala Pengukuran	48
F.	Definisi Operasional Variabel.....	49
G.	Teknik Analisis Data	52
1.	Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	53
2.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
BAB IV ANALISIS DATA		60
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B.	Analisis Deskriptif dan Pembahasan	62
C.	Hasil Analisis data	70
1.	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	70
2.	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		89
A.	Kesimpulan.....	89
B.	Keterbatasan Penulis.....	90
C.	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....		94
Lampiran		106
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian		107
Lampiran 2. Tabulasi Data		113
Lampiran 3. Hasil Olah Data.....		131

Daftar Tabel

Tabel 3.1 Skor Skala Pengukuran Likert.....	48
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	62
Tabel 4. 2 Distribusi jawaban responden Kualitas Layanan	65
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan	66
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Citra Merek	67
Tabel 4. 5 Distribusi jawaban responden Harga.....	68
Tabel 4. 6 Distribusi jawaban responden Loyalitas Pelanggan.....	69
Tabel 4. 7 Hasil Nilai Outer Loading	71
Tabel 4. 8 Hasil Nilai AVE	72
Tabel 4. 9 Hasil Nilai Cross-Loading.....	74
Tabel 4. 10 Hasil Nilai Fornell-Larcker	75
Tabel 4. 11 Hasil Nilai HTMT	77
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Reliabilitas	78
Tabel 4. 13 Nilai VIF	79
Tabel 4. 14 Hasil Pengukuran Model Fit	80
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....	81

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Persentase Penduduk yang Memiliki/Menguasai Telepon Seluler menurut Klasifikasi Daerah, 2011-2022.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Basis Pelanggan Telkomsel.....	5
Gambar 1.3 Top Brand Indeks Fase 1 2024	6
Gambar 4.1 Hasil Uji Model Struktural	81