



PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) PELANGGAN KARTU PRABAYAR IM3 OOREDOO

DI BEKASI KOTA HARAPAN INDAH

Nama : Oktoviandi

Nim : 26130538

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU PRABYAR IM3 OOREDOO DI BEKASI KOTA HARAPAN INDAH

Diajukan oleh

Nama : Oktoviandi

Nim : 26130538

Jakarta, 12 Juni 2017

Disetujui oleh:

Pembimbing

(Tumpal J.R Sitinjak,Ir.,M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Oktoviandi / 26130538 / 2017 / Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Prabayar Im3 Ooredoo di Bekasi Kota Harapan Indah / Pembimbing: Tumpal J.R. Sitingak, Ir., MM.

Di zaman modern seperti saat ini komunikasi telah menjadi kebutuhan utama manusia sebagai mahluk sosial, perkembangan industri digital di Indonesia berkembang begitu pesat. Gejala ketergantungan masyarakat Indonesia akan akses internet yang cepat membuat segalanya bisa dilakukan dengan menggunakan telepon seluler, dimana setiap telepon seluler pasti membutuhkan yang namanya kartu prabayar agar dapat digunakan untuk menjalankan komunikasi lewat telepon seluler. Dalam penelitian ini penulis membahas tentang pengaruh Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Im3 Ooredoo di Bekasi Kota Harapan Indah.

Penelitian ini menggunakan konsep Produk, Harga, dan Loyalitas pelanggan, dimana perusahaan mengadakan pendekatan Produk dan Harga untuk membangun loyalitas pelanggan dimana elemen produk dan harga merupakan bagian dari bauran pemasaran

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan apakah faktor produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuisioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pengguna atau pelanggan kartu prabayar Im3 Ooredoo.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan SEM (*Structural equation modeling*) yang menggunakan program SPSS dan Lisrel. Dari hasil analisis yang ada, dapat ditemukan bahwa variabel Produk dan Harga terbukti berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian data menghasilkan bahwa variabel Produk maupun Harga terbukti mempengaruhi loyalitas konsumen Im3 Ooredoo.

ABSTRACT

Oktoviandi / 26130538/2017 / Product and Price Influence On Customer Loyalty Prepaid Im3 Ooredoo Card in Bekasi Kota Harapan Indah / Counselor: Tumpal J.R. Sitinjak, Ir.,MM

In modern times as today communication has become the main human need as a social being, the development of digital industry in Indonesia is growing very rapidly. Symptoms of dependence of the Indonesia community will be fast internet access to make everything can be done by using a cell phone, where every cell phone definitely needs a prepaid calling card in order to be used to run communication via cell phone. In this study the authors discuss about the influence of Products and Prices on Customers Loyalty Im3 Ooredoo in Bekasi Kota Harapan Indah.

This study uses the concept of Product, Price, and Customer Loyalty, where the company held a Product and Price approach to build customer loyalty where the elements of product and prices are part of the marketing mix.

The purpose of this study is to know and explain whether the product and price factors affect customer loyalty. Data used in this research is primary data. Primary data collection is done through questionnaires distributed to 100 respondents who are users or customers of Im3 Ooredoo prepaid card.

The analysis method used is descriptive analysis and SEM (Structural equation modeling) using SPSS and Lisrel program. From the results of existing analysis, it can be found that Product and Price variables proved to affect Consumer Loyalty.

Based on the results of data processing found that product and price variable proved to influence consumer loyalty Im3 ooredoo.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmatnya saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran Institut Kwik Kian Gie School Of Business.

Skripsi ini pun dapat saya selesaikan karena bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Tumpal J.R. Sitinjak, Ir, MM, yang telah menjadi dosen pembimbing bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
2. Segenap dosen program Studi jurusan Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business yang telah membagikan ilmu pengetahuan, dan pengalamannya selama penulis menempuh studi disini.
3. Para staf Sekretariat Program Studi jurusan Manajemen Kwik Kian Gie School Of Business.
4. Orang tua penulis, adik-adik dan keluarga semua serta orang spesial untuk penulis Dewi Sinta. Terima kasih untuk dukungan dan doa, serta material yang telah diberikan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.
5. Teman-teman terdekat penulis terutama teman seperjuangan penulis, Christopher Erwin, Ardy, Gedion Setiawan, Caroline Maria, Shiami Fitriisa, Maria Priscilia, Frendy, Hokyanto, Ratana, Meisi, Raymond, Maximilian, Christian, Alvin serta teman-teman seperjuangan yang lainnya.





6. Terima kasih kepada responden khususnya pelanggan Im3 Ooredoo yang telah memberikan waktunya untuk bersedia mengisi kuisisioner untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Serta semua pihak-pihak yang terlibat yang tidak dapat saya sebutkan semua saat ini dalam proses pembelajaran selama penulis menyelesaikan studinya di Kwik Kian Gie School Of Business.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, semua usul dan saran dari berbagai pihak demi perbaikan skripsi ini akan penulis terima dengan senang hati.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, pengembangan ilmu pengetahuan, dan kepada penulis sendiri.

Jakarta, 12 Juni 2017

Penulis
Oktoviandi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR ISI

© Hak cipta dilindungi IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian	4
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian.....	5
G. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7
A. Landasan Teori	7
1. Bauran Pemasaran.....	7
2. Produk.....	7
3. Harga.....	12
4. Loyalitas.....	16
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis Penelitian	26
BAB III	27
METODE PENELITIAN	27
A. Objek Penelitian	27



B.	Desain Penelitian	27
C.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasi	29
D.	Teknik Pengambilan Sampel	31
E.	Teknik Pengumpulan Data	31
F.	Teknik Analisis Data	31
1.	Analisis Deskriptif	32
2.	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	35
BAB IV		39
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		39
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
B.	Analisis Deskriptif dan Analisis SEM.....	44
1.	Analisis Deskriptif	44
2.	Analisis SEM	48
C.	Hasil Penelitian.....	49
D.	Pembahasan	52
BAB V		56
KESIMPULAN DAN SARAN		56
A.	Kesimpulan.....	56
B.	Saran	56
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		59

Hak Cipta Ditugaskan kepada Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Jumlah Pelanggan Kartu Prabayar Im Ooredoo	2
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu Mengenai Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado	21
Tabel 2.2: Penelitian Terdahulu Mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado	22
Tabel 2.3: Penelitian Terdahulu Mengenai <i>Marketing Mix</i> Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebouy di Kota Manado	23
Tabel 2.4: Penelitian Terdahulu Mengenai Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Filosofi Terhadap Loyalitas Konsumen Meubel Bambu Batik Tekun Jaya di Kabupaten Kepulauan Sangihe	24
Tabel 3.1: Operasional variable Produk	29
Tabel 3.2: Operasional variabel Harga	30
Tabel 3.3: Operasional variabel Loyalitas	30
Tabel 4.1: Analisis Statistik Produk	44
Tabel 4.2: Analisis Statistik Indikator Produk	44
Tabel 4.3: Analisis Statistik Harga	45
Tabel 4.4: Analisis Statistik Indikator Harga	45
Tabel 4.5: Analisis Statistik Loyalitas	46
Tabel 4.6: Analisis Statistik Indikator Loyalitas	46
Tabel 4.7: Pengujian Validitas Konvergen	49
Tabel 4.8: Pengujian Reliabilitas Konstruk	50
Tabel 4.9: Pengujian Kesesuain Model (Model Fit)	51



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1:	Bagan Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1:	Logo Perusahaan PT Indosat Ooredoo	41
Gambar 4.2:	Logo Im3 Ooredoo	42
Gambar 4.3:	Logo Mentari Ooredoo	43
Gambar 4.4:	Logo Matrix Ooredoo	43
Gambar 4.5:	Pola Hubungan Variabel Produk dan Loyalitas	48
Gambar 4.6:	Pola Hubungan Variabel Harga dan Loyalitas	48
Gambar 4.7:	Model Struktural.....	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.