

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PELANGGAN KARTU SELULER X (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA)**

ANISAH FARDILA

170716717068



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Bisnis pada Fakultas Ekonomi Universitas
Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY X
MOBILE CARD (CASE STUDY AT FACULTY OF ECONOMICS
STUDENTS STATE UNIVERSITY OF JAKARTA)**

ANISAH FARDILA

170716717068



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis Is Prepared as One of The Requirements to Get A Bachelor of
Business Education at The Faculty Of Economics State University of
Jakarta**

**STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY JAKARTA
2021**

ABSTRAK

ANISAH FARDILA, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler X (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek, kualitas produk dan harga dengan loyalitas pelanggan kartu seluler Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak September sampai Januari dengan 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 103 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 36,004 + 0,406 X_1 + 0,251 X_2 + 0,547 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan metode Monte Carlo dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan 0,608. Karena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 t Hitung = 4,469 dan t tabel = 1,984217, Y atas X_2 t hitung = 2,610 dan t tabel = 1,984217 dan Y atas X_3 t hitung = 6,563 dan t tabel = 1,984217. Nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,406, kualitas produk (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,251 dan nilai koefisien korelasi antara variabel harga (X_3) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,547. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan loyalitas pelanggan, serta hubungan positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 sebesar 0,651 yang menunjukkan bahwa 65,1 % variabel loyalitas pelangganditentuakn oleh citra merek, Y atas X_2 sebesar 0,063 yang menunjukkan bahwa 6,31 % variabel loyalitas pelanggan ditentuakn oleh kualitas produk, Y atas X_3 sebesar 0,299 yang menunjukkan bahwa 29,9 % variabel loyalitas pelanggan ditentuakn oleh harga.

Kata kunci: Loyalitas pelanggan, Citra Merek, Harga, Iklan

ABSTRACT

ANISAH FARDILA, Analysis of Factors Affecting Customer Loyalty of Cellular X Cards (Case Study of Students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta)

*The purpose of this study was to see the relationship between brand image, product quality and price with customer loyalty Telkomsel cellular cards to students of the Faculty of Economics, State University of Jakarta. Research conducted at the Faculty of Economics, State University of Jakarta, was used for 6 months from September to January 2020. The research method used by researchers was a survey method with a correlational approach, the population used was all students of the Faculty of Economics, Jakarta State University. The sampling technique used was purposive sampling technique of 103 people. The resulting regression is $Y = 36.004 + 0.406 X1 + 0.251 X2 + 0.547 X3$. The analysis requirements test is the normality test using the Kolmogorov-Smirnov test with the Monte Carlo method with a significance level of $(\alpha) = 5\%$ or 0.05 and produces a significant level of 0.608. Because the level of significance of the four variables is > 0.05 , it can be ignored that the data is normally distributed and can be used in further analysis. The regression linearity test of Y on X1, Y on X2 and Y on X3 produces a significance value on Linearity, which is $0.000 < 0.05$, so it appears that it has a linear relationship. Furthermore, the t test was carried out and the resulting Y on X1 t count = 4.469 and t table = 1.984217, Y on X2 t count = 2.610 and t table = 1.984217 and Y on X3 t count = 6.563 and t table = 1, 984217. The trust value between the brand image variable (X1) on customer loyalty (Y) is 0.406, the product quality (X2) on customer loyalty (Y) is 0.251 and the coefficient value between the price variable (X3) on customer loyalty (Y) is 0.547. So, there is a positive and significant relationship between brand image and customer loyalty, as well as a positive and significant relationship between price and customer loyalty and there is a positive and significant relationship between price and customer loyalty. Thus, it can be ignored that there is a positive and significant relationship between price, brand image and advertising with purchasing decisions. Thus, it can be ignored that there is a positive and significant relationship between price, brand image and advertising with purchasing decisions. The coefficient of determination Y over X1 is 0.651 which indicates that 65.1% of the customer loyalty variable is determined by the brand image, Y on X2 is 0.063 which indicates that 6.31% of the customer loyalty variable is determined by product quality, Y on X3 is 0.299 which indicates that 29, 9% customer loyalty variable is determined by price. **Keywords: Customer Loyalty, Brand Image, Price, Advertising***





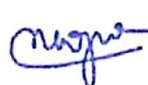
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Santono, S.E., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011 (Ketua)		26 Januari 2021
2.	<u>Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si.</u> NIP. 196610302000121001 (Penguji Ahli)		3 Februari 2021
3.	<u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM.</u> NIDN. 8854660018 (Sekretaris)		26 Januari 2021
4.	<u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 1)		25 Januari 2021
5.	<u>Nadva Fadillah F. S.Pd, M.Pd</u> NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		27 Januari 2021

Nama : Anisah Fardila

No. Registrasi : 1707617068

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Tanggal Lulus : 15 Januari 2021

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2021



Anisah Fardila
NIM. 1707617068

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"You may delay. But time will not"

*Dia (Jibril) berkata, "Demikianlah." Tuhanmu berfirman,
"Hal itu mudah bagi-Ku, dan agar Kami menjadikannya
suatu tanda (kebesaran Allah) bagi manusia dan sebagai
rahmat dari Kami; dan hal itu adalah suatu urusan yang
(sudah) diputuskan."(Q.S Maryam:21)*

*"....., melainkan dengan sesuatu yang telah ditulis oleh Allah
untuk menimpamu. Pena (catatan takdir) telah diangkat dan lembaran-
lembaran (nya)telah kering." (HR. Tirmidzi)*

Bismillahirrahmanrrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk seluruh keluarga Saya yang selalu memberikan doa,dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Mam Ryna dan Bu Nadya yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah. Kami memuji, meminta pertolongan, dan memohon ampunan kepada-Nya. Kami panjatkan puji syukur atas kehadirat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler X (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta”)

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada penulis dan juga bagi para pembaca. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, dengan bantuan mereka lah penulis akhirnya bisa menyusun dan menyelesaikan laporan ini, diantaranya:

1. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing I dan selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Nadya Fadillah F, S.Pd, M.Pd sebagai dosen pembimbing II sekaligus yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Seluruh keluarga saya yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.
6. Mayangsari, Rizqi Nur Afifah, Amin Tatik Uswatun Khasanah, Fanny Anastasiah, Shellyla Nur, dan Ismi Ihsanniyah yang telah memberikan semangat dan motivasi, serta membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
7. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 dan juga teman-teman sebimbangan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Akhir kata, penyusun berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis serta para pembaca dan juga dapat menjadi pengalaman yang bermanfaat dalam dunia kerja dimasa yang akan datang. Penulis sadar masih banyak kekurangan di dalam penulisan ini, penulis berharap pembaca dapat memberikan kritik dan saran yang membangun bagi laporan ini.

Jakarta, Februari 2020

Penulis