

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *PRICE FAIRNESS*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER*
SATISFACTION SEBAGAI *INTERVENING* (STUDI KASUS
PADA PENGGUNA JASA INDIHOME DI JAKARTA)**

**RIZQI RAMDHANA EKA PUTRA
8215163853**



Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRICE FAIRNESS
ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION
AS INTERVENING (CASE STUDIES ON INDIHOME SERVICE
USERS IN JAKARTA)***

***RIZQI RAMDHANA EKA PUTRA
8215163853***

*This thesis is prepared as one of the requirements to get a Bachelor of Economics
at the Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021***

ABSTRAK

Rizqi Ramdhana Eka Putra, 2021; Pengaruh *Service Quality* dan *Price Fairness* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai *Intervening* (Survei pada Pengguna jasa Indihome). Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Tim Pembimbing: Dra. Basrah Saidani, M.Si& Ika Febrilia, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *Price Fairness* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*, pengaruh *Price Fairness* terhadap *customer loyalty*, pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening*, pengaruh *Price Fairness* terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai *intervening*, pada pengguna jasa Indihome.

Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Sampel penelitian yang dikumpulkan berjumlah 200 responden Pelanggan Indihome yang sedang berlangganan *provider* Indihome minimal enam bulan terakhir. Analisis data menggunakan *software* SPSS versi 22 yang terdapat pada perangkat lunak AMOS versi 26 dan SEM (*Structural Equation Model*) dari paket statistik AMOS versi 26 untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan *Service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*, *Price Fairness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Customer satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*, *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*. *Price Fairness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*. *Service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*. *Price Fairness* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *service quality*, *Price Fairness*, *Customer satisfaction*, *Customer loyalty*, Indihome

ABSTRACT

Rizqi Ramdhana Eka Putra, 2021; The Influence of Service Quality and Price Fairness on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening (Survey of Indihome Service Users). Thesis, Jakarta: Management S1 Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Advisory Team: Dra. Basrah Saidani, M.Si & Ika Febrilia, S.E, M.M.

This purpose of this study is to determine the effect of service quality on customer satisfaction, the effect of Price Fairness on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on customer loyalty, the effect of service quality on customer loyalty, the effect of Price Fairness on customer loyalty, the effect of service quality on customer loyalty with customer satisfaction as intervening, the effect of Price Fairness on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening, for Indihome service users.

The data collection method used a survey method with the instrument in the form of a questionnaire. The research sample collected is 200 respondents from Indihome customers who are currently subscribing to the Indihome provider for at least the last six months. Data analysis used SPSS version 22 software contained in AMOS software version 26 and SEM (Structural Equation Model) from the AMOS statistical package version 26 to process and analyze research data.

The results of hypothesis testing show that service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, Price Fairness has a significant positive effect on customer satisfaction. Customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty, Service Quality has significant positive effect on customer loyalty. Price Fairness has significant positive effect on customer loyalty. Service quality has a significant positive effect on customer loyalty through customer satisfaction. Price Fairness has a significant positive effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: *service quality, Price Fairness, Customer satisfaction, Customer loyalty, Indihome*

PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rizqi Ramdhana Eka Putra

NIM : 8215163853

Program Studi : S1 Manajemen

Tahun Akademik : 2016

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi karya ilmiah dengan judul **"PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI INTERVENING (STUDI KASUS PADA PENGGUNA JASA INDIHOME DI JAKARTA)"** ini adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada Saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya Saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 23 Agustus 2021



METERAI
TEMPEL
E10AJX258401422

Rizqi Ramdhana Eka Putra

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd

NIP. 197207152001121001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM.</u> NIP. 197206272006041001	Ketua		10 Januari 2022
<u>2. Agung Kresnamurti Rivai P., ST., M.M.</u> NIP. 197404162006041001	Penguji I		10 Januari 2022
<u>3. Dewi Agustin Pratama Sari, M.S.M.</u> NIP.199308272020122024	Penguji 2		10 Januari 2022
<u>4. Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 196301191992032001	Pembimbing I		20 Desember 2021
<u>5. Ika Febrilia, S.E., M.M</u> NIP. 198702092015042001	Pembimbing II		20 Desember 2021

Nama : Rizqi Ramdhana Eka Putra
No. Registrasi : 8215163853
Program Studi : S1 Manajemen
Tanggal lulus : 10 Januari 2022

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : RIZQI RAMDHANA EKA PUTRA
NIM : 8215163853
Fakultas/Prodi : SI MANAJEMEN
Alamat email : dunovrizki@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
PENGARUH SERVICE QUALITY DAN PRICE FAIRNESS TERHADAP CUSTOMER LOYALTY
DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI INTERVENING (Studi kasus pada pengguna
jasa Indihome di Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 Februari 2022

Penulis

(RIZQI RAMDHANA EKA P.)
nama dan tanda tangan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan Karunia-Nya, serta Shalawat dan salam saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabatnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini guna menjadi syarat kelulusan. Selama menyelesaikan skripsi ini, saya selaku peneliti begitu banyak mendapat dukungan dari berbagai pihak. Ungkapan terima kasih saya tunjukkan kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen pembimbing 1
2. Ika Febrilia, SE,M.M selaku Dosen pembimbing 2
3. Dr. Suherman, M.Si selaku Koordinator Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Para dosen dan seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
6. Orang tua yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Teman-teman S1 Manajemen yang turut membantu penyelesaian skripsi ini

Jakarta, 2 Desember 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	8
1.4 Kebaruan penelitian.....	8
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Latar Belakang Teori	11
2.1.1 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	11
2.1.2 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	12
2.1.3 Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>).....	14
2.1.4 Kewajaran Harga (<i>Price Fairness</i>).....	16

2.2	Kerangka Teori dan hipotesis	18
2.2.1	Kerangka teori.....	18
2.2.2	Kerangka hipotesis.....	22
BAB III.....		24
METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.2	Pendekatan Penelitian	24
3.3	Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1	Populasi	25
3.3.2	Sampel.....	25
3.4	Penyusunan Instrumen	26
3.4.1	Variabel penelitian.....	26
3.4.2	Definisi operasional	26
3.4.3	Skala pengukuran	28
3.5	Tehnik Pengumpulan Data	29
3.6	Tehnik Analisis Data.....	29
3.6.1	Analisis deskriptif.....	29
3.6.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	30
3.6.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	31
3.6.4	Kesesuaian Model.....	31
3.6.5	Pengujian Hipotesis	33
BAB IV.....		34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		34
4.1	Deskripsi data.....	34
4.2	Hasil analisis data	36

4.2.1	Analisis Deskriptif	36
4.2.2	<i>Exploratory Factor Analysis</i>	41
4.2.3	Uji Reliabilitas.....	44
4.2.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	44
4.2.5	Full model SEM	48
4.2.6	Fit model.....	49
4.2.7	Uji pengaruh langsung dan tidak langsung	50
4.2.8	Pengujian hipotesis	51
BAB V.....		55
KESIMPULAN DAN SARAN.....		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Implikasi.....	56
5.3	Keterbatasan penelitian	57
5.4	Saran penelitian	57
5.4.1	Saran praktis	57
5.4.2	Saran teoritis	57
DAFTAR PUSTAKA.....		59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna internet tahun 2020.....	2
Gambar 1.2 Review pelanggan Indihome terkait kualitas pelayanan	4
Gambar 1.3 Keluhan pelanggan Indihome terkait kewajaran harga (<i>price fairness</i>)	6
Gambar 2.1 Model penelitian	22
Gambar 4.1 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Service Quality</i>	45
Gambar 4.2 Model <i>First order construct</i> variabel <i>price fairness</i>	46
Gambar 4.3 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	46
Gambar 4.4 Model <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	47
Gambar 4.5 <i>Full model SEM</i>	48
Gambar 4.6 Fit model SEM.....	49



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase pengguna <i>provider</i> internet Indonesia.....	3
Tabel 1.2 Jenis keluhan pelanggan Indihome di Jakarta bulan Januari - Maret 2021.....	4
Tabel 1.3 Harga <i>provider</i> internet di indonesia	5
Tabel 1.4 Kebaruan penelitian.....	9
Tabel 3.1 Operasional variabel.....	27
Tabel 3.2 Pengukuran skala <i>likert</i>	29
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	33
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	34
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	34
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan.....	35
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pemasukan/bulan.....	35
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran/bulan.....	36
Tabel 4.7 Analisis deskriptif variabel <i>service quality</i>	37
Tabel 4.8 Analisis deskriptif variabel <i>price fairness</i>	38
Tabel 4.9 Analisis deskriptif variabel <i>customer satisfaction</i>	39
Tabel 4.10 Analisis deskriptif variabel <i>customer loyalty</i>	40
Tabel 4.11 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Service Quality</i>	41
Tabel 4.12 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Service Quality</i>	41
Tabel 4.13 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Price Fairness</i>	42
Tabel 4.14 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Price Fairness</i>	42
Tabel 4.15 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	42
Tabel 4.16 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	43
Tabel 4.17 KMO dan <i>Bartlett's Test</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4.18 <i>Exploratory Factor Analysis</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	43
Tabel 4.19 Hasil uji reliabilitas.....	44
Tabel 4.20 <i>First order construct</i> variabel <i>Service Quality</i>	45
Tabel 4.21 <i>First order construct</i> variabel <i>price fairness</i>	46

Tabel 4.22 <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Satisfaction</i>	47
Tabel 4.23 <i>First order construct</i> variabel <i>Customer Loyalty</i>	47
Tabel 4.24 <i>Full model SEM</i>	48
Tabel 4.25 <i>Fit model SEM</i>	49
Tabel 4.26 Perbandingan hasil <i>full model</i> dan <i>fit model</i>	50
Tabel 4.27 Uji pengaruh langsung dan tidak langsung.....	51
Tabel 4.28 Estimasi parameter <i>regression weight model</i> berdasarkan <i>fit model</i>	51
Tabel 4.29 Model persamaan struktural.....	52

