

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra *World* Surabaya)**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



**Diajukan Oleh :**

**ANGGA PRASMADHI  
NPM : 18420033**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA  
2022**

## SURAT PERNYATAAN BEBAS LAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Angga Prasmandhi

Npm : 18420033

Alamat : JL. Banjar Baru X No.20 GKB, Gresik

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pelanggan Telkomsel di Grapari Ciputra World Surabaya)”

Adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar. Maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surabaya, 19 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Angga Prasmandhi  
NPM : 18420033

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, HARGA DAN  
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra World Surabaya)**

**Diajukan Oleh :**

**ANGGA PRASMADHI  
NPM : 18420033**

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :**

**DOSEN PEMBIMBING**

**Drs. Ec Redy Eko Hari Suprapto, MM**

**Tanggal, 28 Desember 2021**

**KETUA PROGRAM STUDI**

**Dr. Kristiningsih, SE, M.Si**

**Tanggal, 10 Januari 2022**

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN**

**(Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra World Surabaya)**

**Diajukan Oleh :**

**ANGGA PRASMADHI  
NPM : 18420033**

### **SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

Dosen Pembimbing

Drs. Ec Redy Eko Hari Suprapto, MM

Ketua Dewan Penguji

Evianah, SE, M.Si  
Anggota Dewan Penguji Lain

Dr. Indahwati, SE.,M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 19 Januari 2022

Dr. Kristiningsih, SE., M.Si  
Ketua Program Studi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala limpahan rahmat serta dukungan dan doa dari orang tua, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra World Surabaya)”**.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, dalam ksempatan ini, penulis secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof Dr.H Widodo Ario Kentjono,dr. Sp. HTH-KL(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, MAK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.SI selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Bapak Drs. Ec Redy Eko Hari Suprapto, MM selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, untuk memberikan bimbingan, perhatian, kritik dan saran yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan kesengguhan hati sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Dana Aditya, SE., MBA selaku Dosen Wali yang telah memotivasi guna untuk menyelesaikan Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh staf dan Sekertariat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta, (Almarhum. Askan) Ayah dan Ibu (Masri) tercinta yang selalu memberi dukungan, doa, kepercayaan, dan semangat pantang menyerah dan terus maju.
9. Yayang, Eka, Danita, Venia, Olivia, Daniel, Ikbal serta sahabat yang lain terima kasih yang telah memberikan dukungan, serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna untuk itu diharapakan segala kritikan dan saran yang dapat membangun untuk menjadi lebih baik lagi dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 27 Desember 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS LAGIASI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Pemasaran .....	9
2.1.2 Konsep Pemasaran .....	9
2.1.3 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.5 Kualitas Pelayanan Elektronik .....	11
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Pelayanan Elektronik .....	11
2.1.5.2 Manfaat Kualitas Pelayanan Elektronik .....	11
2.1.5.3 Indikator Kualitas Pelayanan Elektronik .....	11

2.1.6 Harga .....	12
2.1.6.1 Pengertian Harga .....	12
2.1.6.2 Teknik Penetapan Harga .....	12
2.1.6.3 Tujuan Penetapan Harga .....	14
2.1.6.4 Indikator Harga .....	16
2.1.7 Promosi .....	17
2.1.7.1 Pengertian Promosi .....	17
2.1.7.2 Tujuan Promosi .....	18
2.1.7.3 Bauran Promosi .....	19
2.1.7.4 Indikator Promosi .....	20
2.1.8 Loyalitas Pelanggan .....	21
2.1.8.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	21
2.1.8.2 Merancang dan Menciptakan Loyalitas Pelanggan .	22
2.1.8.3 Tahap-Tahap Loyalitas Pelanggan.....	23
2.1.8.4 Keuntungan Pelanggan Yang Loyal .....	25
2.1.8.5 Indikator Loyalitas Konsumen .....	26
2.1.9 Kepuasan Konsumen .....	26
2.1.9.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	26
2.1.9.2 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	27
2.1.9.3 Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	28
2.1.9.4 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	29
2.1.9.5 Indikator Kepuasan Konsumen .....	31
2.1.10 Hubungan Antar Variabel.....	32
2.1.10.1 Hubungan Kualitas Pelayanan Elektronik Dengan Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.10.2 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Pelanggan. ....	32
2.1.10.3 Hubungan Promosi Dengan Kepuasan Pelanggan...	33
2.1.10.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Elektronik Dengan Loyalitas Pelanggan. ....	33
2.1.10.5 Hubungan Harga Dengan Loyalitas Pelanggan. ....	34
2.1.10.6 Hubungan Promosi Dengan Loyalitas Pelanggan....	24

2.1.10.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	36
2.3 Hipotesis dan Model Analisis.....	38
2.3.1 Hipotesis.....	38
2.3.2 Model Analisis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....	40
3.1 Pendekatan Penelitian .....	40
3.2 Populasi dan Sampel .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel .....	41
3.3 Identifikasi Variabel.....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.6 Prosedur Pengumpulan Data .....	47
3.7 Teknik Analisis.....	48
3.7.1 Uji Validitas .....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.7.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	49
3.7.4 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	49
3.7.5 Uji t .....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Umum PT. Telkomsel .....	51
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	53
4.1.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	54
4.1.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
4.1.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
4.2 Deskripsi Variabel .....	56
4.2.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan Elektronik ( $X_1$ ).....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	58

4.2.3 Deskripsi Variabel Promosi ( $X_3$ ) .....	58
4.2.4 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	59
4.2.5 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	60
4.3 Teknik Analisis Data.....	61
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
4.3.1.1 Uji Validitas .....	61
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	62
4.3.2 Analisis Jalur .....	63
4.3.2.1 Analisis Jalur Sub-struktur 1 .....	63
4.3.2.2 Pengujian Struktur 2 .....	66
4.3.3 Nilai Analisis Jalur .....	69
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	72
4.4 Pembahasan .....	75
4.4.1 Kualitas Pelayanan Elektronik Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. ....	75
4.4.2 Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	76
4.4.3 Promosi Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan. ....	76
4.4.4 Kualitas Pelayanan Elektronik Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	77
4.4.5 Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	78
4.4.6 Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	78
4.4.7 Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	79
4.4.8 Kualitas Pelayanan Elektronik Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra <i>World</i> Surabaya).....	80
4.4.9 Harga Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra <i>World</i> Surabaya)..	80

4.4.10 Promosi Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan Telkomsel Di Grapari Ciputra <i>World</i> Surabaya).....	81
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN .....	83
5.1    Simpulan.....	83
5.2    Saran .....	84
5.3    Keterbatasan Penelitian .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN - LAMPIRAN .....	89

## **DAFTAR TABEL**

- Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu36
- Tabel 4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin54
- Tabel 4.2 Jumlah Responden Menurut Usia54
- Tabel 4.3 Jumlah Responden Menurut Pendidikan55
- Tabel 4.4 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan56
- Tabel 4.5 Kategori Penilaian57
- Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Elektronik ( $X_1$ )57
- Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Harga ( $X_2$ )58
- Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Promosi ( $X_3$ )59
- Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan (Y)59
- Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Z)60
- Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas61
- Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas62
- Tabel 4.13 Model Summary63
- Table 4.14 *Coefficients* Sub-Struktur 1 64
- Tabel 4.15 Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-struktur 1 64
- Tabel 4.16 Model Summary struktur 2 66
- Tabel 4.17 *Coefficients* Sub-Struktur 2 67
- Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-struktur 2 68
- Tabel 4.19 Rangkuman Hasil Pengaruh Berdasarkan Koefisien Jalur 70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Analisis 39

Gambar 4.1 Diagram Jalur Sub-struktur 1 65

Gambar 4.2 Diagram Jalur Sub-struktur 2 68

Gambar 4.3 Diagram Jalur Keseluruhan Struktur Penelitian 70

**DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 : KUESIONER PENELITIAN .....	89
LAMPIRAN 2 : INPUT DATA PENELITIAN .....	93
LAMPIRAN 3 : OUTPUT DATA PENELITIAN .....	108

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik, harga, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan subjek Telkomsel Di Grapari Ciputra World Surabaya dan data analisis menggunakan analisis kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Data diperoleh dengan teknik *purposive sampling* dan peneliti menyebarkan kuesioner melalui kepada pelanggan yang berkunjung dan menggunakan kartu Telkomsel di Grapari Ciputra World Surabaya sebagai responden dan sampel sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik, harga dan promosi berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan elektronik, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bukan menjadi variabel intervening antara kualitas pelayanan elektronik terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan bukan menjadi variabel intervening antara harga terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan bukan menjadi variabel intervening antara promosi terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan Elektronik, Harga, Promosi, Loyalitas Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan.

## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the effect of electronic service quality, price, and promotion on customer loyalty through customer satisfaction. This study used the subject of Telkomsel at Grapari Ciputra World Surabaya and the data were analyzed using quantitative analysis with analysis techniques using path analysis. Data were obtained by purposive sampling technique and the researcher distributed questionnaires to customers who visited and used Telkomsel cards at Grapari Ciputra World Surabaya as respondents and a sample of 100 respondents. The results showed that the quality of electronic services, prices and promotions had a significant direct effect on customer satisfaction, while the quality of electronic services, prices and promotions had a significant effect on customer loyalty, while customer satisfaction had no significant effect on customer loyalty. Path analysis test results show that customer satisfaction is not an intervening variable between electronic service quality and customer loyalty, customer satisfaction is not an intervening variable between price on customer loyalty and customer satisfaction is not an intervening variable between promotions and customer loyalty.*

**Keywords:** *Electronic Service Quality, Price, Promotion, Customer Loyalty and Customer Satisfaction..*