

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA PERUSAHAAN JASA
LAYANAN KOMUNIKASI TELKOMSEL
SURABAYA



OLEH:
JOSE ANDREW MANOACH
3103014289

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA PERUSAHAAN JASA
LAYANAN KOMUNIKASI TELKOMSEL
SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:
JOSE ANDREW MANOACH
3103014289

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

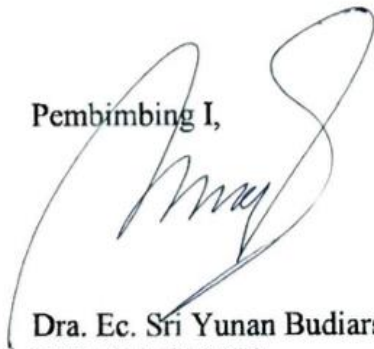
PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN
CUSTOMER LOYALTY PADA PERUSAHAAN JASA
LAYANAN KOMUNIKASI TELKOMSEL
SURABAYA

Oleh:

JOSE ANDREW MANOACH
3103014289

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS.
NIK. 311.83.0099
Tanggal: 16 Januari 2019

Pembimbing II,

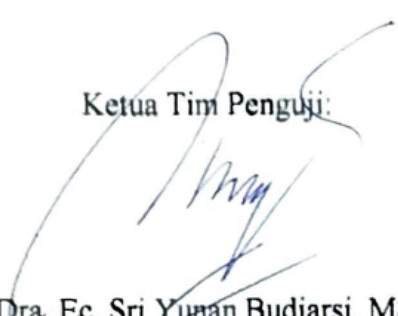


Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM.
NIK. 311.95.0230
Tanggal: 16 Januari 2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Jose Andrew Manoach NRP 3103014289
telah diuji pada tanggal 28 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:


Dra. Ec. Sri Yuman Budiarsi, MS.

NIK. 311.83.0099

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., AK., CA., CPAI

NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit Haribowo L., SE., M.Sc.

NIK 311.110678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jose Andrew Manoach

NRP : 3103014289

Judul Skripsi: Pengaruh *Service Quality* dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* pada Perusahaan Jasa Layanan Komunikasi Telkomsel Surabaya

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti bahwa karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Januari 2019
Yang menyatakan



Jose Andrew Manoach

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, atas berkat serta rahmatnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Service Quality*, *Customer Relationship Management*, dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada Perusahaan Jasa Layanan Komunikasi Telkomsel Surabaya” sebagai salah satu upaya untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terlibat maka skripsi ini tidak akan terlaksana. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang turut memberikan semangat dan doa kepada penulis.
2. Marlina Junaedi, SE., M.Si. selaku Wakil Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan Dosen Penasihat Akademik yang tangguh dan memberikan dukungan bagi penulis.
3. Robertus Sigit Haribowo Lukito, SE., M.Sc, Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. dan Dr. Wahyudi Wibowo, selaku Struktural Jurusan Manajemen yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam pengerjaan tugas akhir.
4. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. dan Dra. Ec. Ninuk Muliani, MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah meluangkan waktu, tenaga serta selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
5. Seluruh keluarga inti Manoach, yaitu Alm.Jonathan Manoach, Sarah Ernawati Manoach, Jane Berliana Keren Manoach, Johan Victor Manoach, Jessica Lydia Manoach, dan Janet Deby Marlien Manoach yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
6. Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen yang selalu memberikan motivasi kepada penulis.

7. Para *Staff* Tata Usaha yaitu Ibu Siska, Ibu Karin, Ibu Krena, Ibu Dewi, Ibu Feli, Bapak Wanda dan Bapak Lulup yang memberikan motivasi kepada penulis.
8. Maria Sintiana yang selalu mengingatkan hampir setiap hari dan mengejar penulis untuk mengerjakan skripsi serta memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
9. Kelompok Freak Smart, *we are freak but smart* yaitu Lukas, Josephine dan Winda yang selalu mengingatkan, mendukung dan memberikan doa untuk penulis.
10. Pastor Michael Chrisdion, jemaat GBI Gibeon serta teman-teman CG Boloyes yang memberikan doa, dukungan, semangat serta pengertian kepada penulis.
11. Teman-teman satu bimbingan yang sudah meluangkan waktu untuk bertukar pikiran untuk membantu penulis menyelesaikan tugas akhir.
12. Pricil dan Bernadeth yang sudah memberikan dukungan setiap mengerjakan tugas akhir di Starbucks.
13. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu dan tenaga untuk mengisi kuesioner yang sudah dibagikan.
14. Asisten Laboratorium Riset Fakultas Bisnis yang telah membantu penulis dalam pengolahan data.
15. Seluruh sivitas akademika Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang sudah baik dan memotivasi penulis.
16. Semua pihak lain yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan semangat kepada penulis selama masa studi hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Demikian, ucapan terima kasih ini penulis sampaikan. Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu penulis sangat terbuka dengan segala bentuk kritik dan saran yang baik dari pembaca guna penyempurnaan skripsi ini. Besar harapan penulis bahwa skripsi ini dapat menjadi dasar bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 16 Januari 2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
 BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	17
2.4 Model Penelitian.....	20
 BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	22

3.2	Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel.....	22
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	25
3.4	Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	25
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Penyampelan.....	25
3.6	Analisis Data.....	26

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.2	Deskripsi Data.....	30
4.3	Hasil Analisis Data.....	36
4.4	Pembahasan.....	43

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	47
5.2	Keterbatasan.....	48
5.3	Saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Jumlah Pelanggan Telkomsel.....	2
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.2. Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.3. Interval Rata-Rata Skor	32
Tabel 4.4. Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	32
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i> ..	33
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	34
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	35
Tabel 4.8. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i>	36
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i>	37
Tabel 4.10. Tabel Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.11. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability SQ</i>	38
Tabel 4.12. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CRM</i>	39
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CS</i>	39
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji <i>Construct Reliability CL</i>	40
Tabel 4.15. Kecocokan Keseluruhan Model	40
Tabel 4.16. Hasil Uji Kecocokan Hipotesis	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah Pelanggan Telkomsel.....	2
Gambar 2.1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	6
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	20

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Persyaratan Menjadi Responden
- Lampiran 3 Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Tabel Frekuensi
- Lampiran 5a Jawaban Responden tentang Variabel SQ
- Lampiran 5b Jawaban Responden tentang Variabel CRM, CS, dan CL
- Lampiran 6 *Output* Uji Normalitas
- Lampiran 7 *Output* SEM
- Lampiran 8a *Path diagram (T-value)*
- Lampiran 8b *Path diagram (Standarlized Solution)*
- Lampiran 8c *Path diagram (Estimates)*

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh *service quality*, *customer relationship management*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada perusahaan jasa layanan komunikasi Telkomsel Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan sampel yang acak yaitu *non-probability purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 150 responden. Sampel dalam penelitian ini merupakan pengguna jasa layanan komunikasi Telkomsel yang sudah berumur minimal 17 tahun dan berdomisili di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM dengan program LISREL.

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *service quality* dan *customer relationship management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, namun *service quality* dan *customer relationship management* tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap *customer loyalty* secara langsung. Sedangkan *customer satisfaction* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pada perusahaan jasa layanan komunikasi Telkomsel di Surabaya.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan saran kepada pihak manajemen Telkomsel Surabaya untuk meningkatkan kualitas layanannya dan mengelola hubungan pelanggan agar lebih erat lagi dengan pelanggan. Dengan meningkatnya kualitas pelayanan dan hubungan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai, karena sesuai dengan ekspektasi dari pelanggan tersebut. Tingkat kepuasan yang tinggi dari pelanggan akan menghasilkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan jasa layanan komunikasi Telkomsel yang dapat memberikan berbagai keuntungan pasar.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the influence of service quality and customer relationship management on customer satisfaction and customer loyalty at the communication service company, Telkomsel in Surabaya. This study is a causal study using survey method. The Sampling Technique used random sample that was non-probability purposive sampling. This study used 150 respondents, all of them who customer of Telkomsel communication service company, customer's age over 17 years old and live in Surabaya. The analysis technique used SEM with LISREL program.

The result of this analysis indicate that service quality and customer relationship management has a positive and significant effect on customer satisfaction, but service quality and customer relationship management has no meaningful influence on customer loyalty directly. Customer satisfaction also has a positive and significant effect on customer loyalty in the communication service company, Telkomsel in Surabaya.

Based on this study, the researchers recommend to the Telkomsel communication service company in Surabaya for improve the quality of service and manage to strengthen relationships with customers. With improved service quality and the relation between customer and company, then the customer satisfaction will be achieved, because the customer expectation was fulfilled. Higher satisfaction level from the customer will produce the loyalty from the customer of Telkomsel product which can give many market advantage.

Keywords: *Service Quality, Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*