

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAAAN
INDIHOME

Oleh
Moh. Alfariza baruwadi
NIM. 931416022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Jumat, 10 Juli 2020

Waktu : 10:30:00

Penguji

1. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004
2. ZULFIA K ABDUSSAMAD, S.E., M.Si
NIP.197909252005012001
3. IDRIS YANTO NIODE, S.Pd, MM
NIP.197810262005011001
4. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002

1. 
2. 
3. 
4. 

Mengetahui:

Dekan FAKULTAS EKONOMI


Dr. MUHAMMAD AMIR ARHAM, M.E.
NIP. 197207282006041002



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN
DAN LOYALITAS PELANGGAN INDHOME**

OLEH

MOH. ALFARIZA BARUWADI

NIM : 931 416 022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

NIP : 197810262005011001

Pembimbing II



Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si

NIP : 197607042005012002

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Rizan Machmud, S.Kom, M.Si

NIP : 198307162009121006

ABSTRAK

Moh. Alfariza Baruwadi. 931416022. 2020. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pelanggan Indihome Kota Gorontalo)*. Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd, MM. selaku pembimbing I dan Ibu Yulinda L Ismail, S.Pd, M.Si. selaku pembimbing II

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan Indihome (2) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Indihome (3) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (4) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Indihome. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 96 orang karyawan. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial analisis jalur (path analys).

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. (2) Bauran pemasaran jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. (3) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. (4) Bauran pemasaran jasa secara tidak langsung (melalui kepuasan pelanggan) berpengaruh signifikan dari bauran pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu menjadi variabel intervening yang menstimulasi pengaruh antara bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan pelanggan agar nilai determinannya menjadi lebih tinggi. Hasil dalam penelitian ini dapat dilihat besar pengaruh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat menggunakan nilai R Square, sebesar 0,608. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 60,80% variabilitas loyalitas pelanggan Indihome di PT. Telkom Gorontalo dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran jasa dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 39,20% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Bauran Pemasaran

ABSTRACT

Moh. Alfariza Baruwadi: 931416022 2020. *The Effect of Service Marketing Mix on the Satisfaction and Loyalty of Indihome Customers (Case Study of Indihome Customers in Gorontalo City)*. Undergraduate Thesis. Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo, The Principal Supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd, MM, and the Co-Supervisor is Yulinda L. Ismail, S.Pd, M.Si.

This study aims to (1) determine how influential is the marketing mix on the satisfaction of Indihome's customer (2) determine how influential is the marketing mix on the loyalty of Indihome customer (3) determine how influential is the satisfaction on customer loyalty (4) determine how influential is the marketing mix on the satisfaction and loyalty of Indihome customer. Data collection in this study was carried out using questionnaire. The number of samples are 96 employees. Data analysis used in this research is inferential quantitative analysis of path analysis.

The results showed that (1) the service marketing mix has a positive and significant effect on Indihome customer satisfaction at PT. Telkom Gorontalo. (2) The service marketing mix has a positive and significant effect on the loyalty of Indihome customer at PT. Telkom Gorontalo. (3) Customer satisfaction has a positive and significant effect on the loyalty of Indihome customer at PT. Telkom Gorontalo. (4) Service marketing mix indirectly (through customer satisfaction) has a significant effect of marketing mix on the loyalty of Indihome customer at PT. Telkom Gorontalo. It showed that customer satisfaction can be an intervening variable that stimulates the effect of the service marketing mix on the customer satisfaction so that the determinant value is higher. The results in this study showed the influence of the ability of the independent variables in explaining the dependent variable using the R Square value of 0.608. This value shows that 60.80% of the variability of Indihome customer loyalty at PT. Telkom Gorontalo explained by the service marketing mix and customer satisfaction, while the remaining 39.20% explained by other variables which are not examined in this research.

Keywords: Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Marketing Mix

