

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN  
PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN TELKOMSEL**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Telkomsel Di Bekasi Utara)**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER  
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION OF  
TELKOMSEL USERS***

***(Case Study On Consumer In Bekasi Telkomsel North)***

**Oleh:**

**Octaviana Dwi Putri**

**2017410034**

**SKRIPSI**

**Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi  
Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS DARMA PERSADA**

**JAKARTA**

**2021**

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TELKOMSEL**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Telkomsel Di Bekasi Utara)**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND CUSTOMER  
EXPERIENCE ON CUSTOMER SATISFACTION OF TELKOMSEL USERS  
(Case Study On Consumer In Bekasi Telkomsel North)***

Oleh:

**Octaviana Dwi Putri**

**2017410034**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal tertera dibawah ini

**Jakarta, 13 Agustus 2021 dengan nilai B**

**Ellena Nurfazria Handayani., SE, MM**

**Dosen Pembimbing**

**Dr. Firsan Nova., SE, MM**

**Penguji I**

**Dr. Fauzi Baisvir, MM**

**Penguji II**

**Ellena Nurfazria Handayani., SE, MM**

**Penguji III**

**Mu'man Nuryana. Ph.D**  
**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Dian Anggreany Rahim., SE, M.Si**  
**Ketua Jurusan Manajemen**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Octaviana Dwi Putri  
NIM : 2017410034  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Peminatan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomsel Di Bekasi Utara) yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani., SE, MM di Universitas Darma Persada. Karya tulis ini merupakan hasil karya asli yang peneliti susun, bukan merupakan hasil jiplakan dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya. Jika dikemudian hari terbukti dan ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka peneliti bersedia mempertanggungjawabkan segala risikonya. Dengan pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 13 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

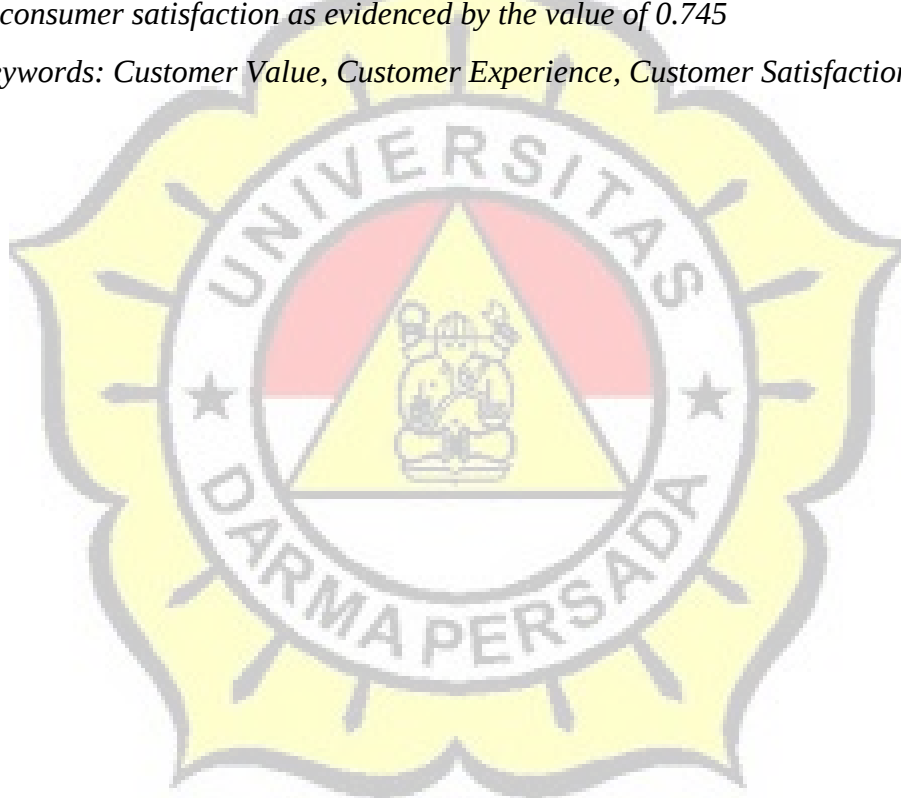


Octaviana Dwi Putri

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the value of experience (X1) and customer experience (X2) on consumer satisfaction (Y) Telkomsel. This study uses a quantitative method. The number of respondents is 100 respondents who are people who have bought and used products at Telkomsel at least 3 times in the last 3 months and are in the North Bekasi area. The analytical tool used is multiple linear regression. The results of this study indicate that (1) customer value and customer experience have a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by a value of 0.800, (2) customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction as evidenced by a value of 0.735, (2) customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction. significant to consumer satisfaction as evidenced by the value of 0.745*

*Keywords: Customer Value, Customer Experience, Customer Satisfaction*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Nilai Pengalaman (X1) dan Pengalaman Pelanggan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Telkomsel. Penelitian ini menggunakan metode berisifat kuatitatif. Jumlah responden sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang pernah membeli dan mengguna produk di Telkomsel minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan berada di wilayah Bekasi Utara. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa (1) nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai 0,800, (2) nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai 0.735, (2) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen dibuktikan dengan nilai 0,745

Kata Kunci : Nilai Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Konsumen



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Telkomsel Di Bekasi Utara”**.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan Proposal Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya do'a dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani., SE, MM, selaku Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak S.AP. Firrean, M.Pd., selaku dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim., SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah membantu proses belajar selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
7. Untuk orang yang penulis cintai Papah Edi Riyanto, Mamah Mintarsih Budiwati, Mas Andri, dan Kak Rahmah yang selalu memberikan dukungan baik moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik dan lancar.

8. Penulis ucapkan terimakasih untuk sahabat, cinta dan orang berarti bagi penulis yaitu Rina, Lukman, Hani, Dicky, Ayu, Reny, Nita, Risty, Windy, Haura, Asri, Ulfah, Indrika, Icha, Jupe, Monica, Mega, Friska, dan lain – lain yang tidak disebutkan satu - persatu yang telah memberikan semangat dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
9. Untuk teman – teman seperbimbingan yaitu Jimi, Ariska, Sherly dan Dian yang telah berjuang bersama dan saling menguatkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih untuk diriku sendiri, yang sudah hebat bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perjuangannya untuk mengerjakan skripsi ini. Tetap kuat untuk melanjutkan perjalanan hidup dan temukan pengalaman-pengalaman baru di setiap langkah.

Demikian Proposal skripsi ini dibuat, penulis menyadari masih ada kekurangan pada penulisan Proposal Skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas segala perhatiannya dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan Proposal Skripsi ini semoga dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 13 Agustus 2021



Octaviana Dwi Putri

## DAFTAR ISI

|                                                                           | Halaman     |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>JUDUL .....</b>                                                        | <b>i</b>    |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                                            | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                                            | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                     | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                      | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                               | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                 | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                              | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                            | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                                          | 1           |
| 1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah dan<br>Rumusan Masalah ..... | 18          |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                                          | 18          |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah .....                                            | 18          |
| 1.2.3 Rumusan Masalah .....                                               | 19          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                               | 19          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....                                             | 20          |
| <b>BAB I LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>                  | <b>21</b>   |
| 2.1 Pemasaran .....                                                       | 21          |

|       |                                          |    |
|-------|------------------------------------------|----|
| 2.1.1 | Pengertian Pemasaran.....                | 21 |
| 2.1.2 | Bauran Pemasaran .....                   | 22 |
| 2.1.3 | Pengertian Manajemen Pemasaran .....     | 25 |
| 2.1.4 | Fungsi Manajemen Pemasaran .....         | 26 |
| 2.2   | Nilai Pelanggan .....                    | 28 |
| 2.2.1 | Pengertian Nilai Pelanggan .....         | 28 |
| 2.2.2 | Dimensi Nilai Pelanggan .....            | 28 |
| 2.2.3 | Tipe Nilai Pelanggan .....               | 29 |
| 2.2.4 | Karakteristik Nilai Pelanggan.....       | 31 |
| 2.3   | Pengalaman Pelanggan.....                | 32 |
| 2.3.1 | Pengertian Pengalaman Pelanggan .....    | 32 |
| 2.3.2 | Dimensi Pengalaman Pelanggan.....        | 33 |
| 2.3.3 | Jenis – Jenis Pengalaman Pelanggan ..... | 36 |
| 2.4   | Kepuasan Konsumen.....                   | 38 |
| 2.4.1 | Pengertian Kepuasan Konsumen .....       | 38 |
| 2.4.2 | Manfaat Kepuasan Konsumen.....           | 39 |
| 2.4.3 | Elemen – Elemen kepuasan.....            | 40 |
| 2.4.4 | Strategi Kepuasan Konsumen.....          | 42 |
| 2.4.5 | Dimensi Kepuasan Konsumen.....           | 43 |
| 2.5   | Peneliti Terdahulu .....                 | 44 |
| 2.6   | Kerangka Pemikiran.....                  | 53 |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.7 Hipotesis Penelitian.....                               | 55        |
| <b>BAB II METODE PENELITIAN .....</b>                       | <b>57</b> |
| 3.1 Metode yang Digunakan .....                             | 57        |
| 3.2 Operasional Variabel.....                               | 58        |
| 3.3 Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....                | 64        |
| 3.4.1 Sumber Penentuan Data .....                           | 64        |
| 3.4.2 Jenis dan Sumber Data .....                           | 64        |
| 3.4.3 Cara Penentuan Data .....                             | 65        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                           | 68        |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....              | 70        |
| 3.6.1 Rancangan Analisis .....                              | 70        |
| 3.6.2 Alat dan analisis .....                               | 75        |
| 3.6.3 Uji Hipotesis.....                                    | 77        |
| <b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN .....</b>        | <b>80</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                           | 80        |
| 4.2 Hasil Penelitian karakteristik / profil responden ..... | 87        |
| 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....       | 95        |
| 4.4 Hasil Uji Validitas.....                                | 123       |
| 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....                            | 126       |
| 4.6 Uji Asumsi Klasik.....                                  | 129       |
| 4.7 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....              | 133       |

|                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.7.1 Pengaruh Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen ..... | 133        |
| 4.8 Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana .....                                         | 137        |
| 4.8.1 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen.....                           | 137        |
| 4.8.2 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen.....                      | 140        |
| <b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                  | <b>143</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                     | 143        |
| 5.2 Saran .....                                                                          | 144        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                               | <b>146</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                    | <b>152</b> |

## DAFTAR TABEL

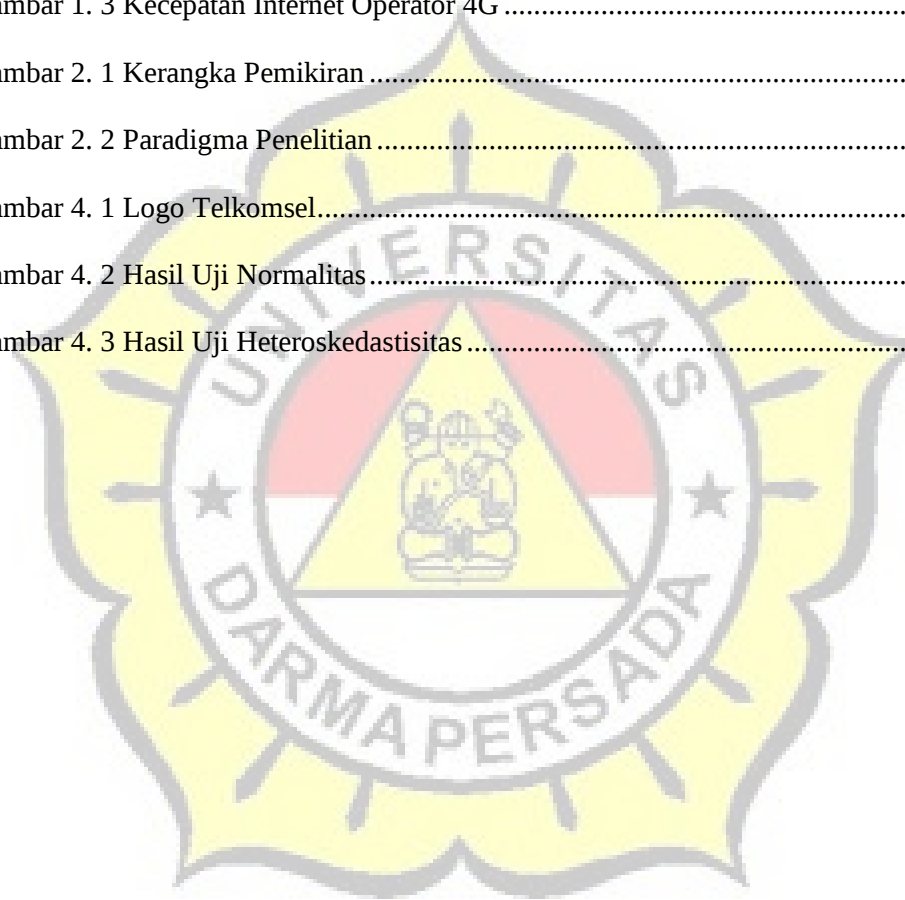
|                                                                    | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1. 1 Kelebihan dan Kelemahan Telkomsel .....                 | 7       |
| Tabel 1. 2 Daftar Paket Bulanan Semua Operator .....               | 10      |
| Tabel 1. 3 Daftar <i>Review</i> Konsumen Telkomsel .....           | 14      |
| Tabel 2. 1 Peneliti Terdahulu .....                                | 44      |
| Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....                         | 58      |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....                                      | 69      |
| Tabel 3. 3 Rentang Skala .....                                     | 70      |
| Tabel 3. 4 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi.....             | 74      |
| Tabel 3. 5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                   | 77      |
| Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....        | 88      |
| Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                 | 89      |
| Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....  | 90      |
| Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan ..... | 91      |
| Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....             | 92      |
| Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Telkomsel .....  | 93      |
| Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan.....           | 94      |
| Tabel 4. 8 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 1 .....      | 95      |
| Tabel 4. 9 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 2 .....      | 96      |
| Tabel 4. 10 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 3 .....     | 97      |
| Tabel 4. 11 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 4 .....     | 98      |
| Tabel 4. 12 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 5 .....     | 99      |
| Tabel 4. 13 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 6 .....     | 100     |
| Tabel 4. 14 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 7 .....     | 101     |

|                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4. 15 Tanggapan Responden X1 Terhadap Pernyataan 8 .....  | 102 |
| Tabel 4. 16 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 1 .....  | 103 |
| Tabel 4. 17 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 2 .....  | 104 |
| Tabel 4. 18 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 3 .....  | 105 |
| Tabel 4. 19 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 4 .....  | 106 |
| Tabel 4. 20 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 5 .....  | 107 |
| Tabel 4. 21 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 6 .....  | 108 |
| Tabel 4. 22 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 7 .....  | 109 |
| Tabel 4. 23 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 8 .....  | 110 |
| Tabel 4. 24 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 9 .....  | 111 |
| Tabel 4. 25 Tanggapan Responden X2 Terhadap Pernyataan 10 ..... | 112 |
| Tabel 4. 26 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 1 .....   | 113 |
| Tabel 4. 27 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 2 .....   | 114 |
| Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 3 .....   | 115 |
| Tabel 4. 29 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 4 .....   | 116 |
| Tabel 4. 30 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 5 .....   | 117 |
| Tabel 4. 31 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 6 .....   | 118 |
| Tabel 4. 32 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 7 .....   | 119 |
| Tabel 4. 33 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 8 .....   | 120 |
| Tabel 4. 34 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 9 .....   | 121 |
| Tabel 4. 35 Tanggapan Responden Y Terhadap Pernyataan 10 .....  | 122 |
| Tabel 4. 36 Uji Validitas Nilai Pelanggan (X1).....             | 123 |
| Tabel 4. 37 Uji Validitas Pengalaman Pelanggan (X2) .....       | 124 |
| Tabel 4. 38 Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y) .....           | 125 |
| Tabel 4. 39 Hasil Uji Reliabilitas Nilai Pelanggan .....        | 126 |

|                                                                                                                                       |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Tabel 4. 40 Hasil Uji Reliabilitas Pengalaman Pelanggan (X2) .....                                                                    | 127  |
| Tabel 4. 41 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y) .....                                                                        | 128  |
| Tabel 4. 42 Hasil Uji Multikolineritas.....                                                                                           | 131  |
| Tabel 4. 43 Hasil Uji Autokorelasi.....                                                                                               | 133  |
| Tabel 4. 44 Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) Nilai Pelanggan dan<br>Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 134  |
| Tabel 4. 45 Hasil Uji F Perhitungan Anova .....                                                                                       | 1345 |
| Tabel 4. 46 Hasil Koefisien Nilai Pelanggan dan Pengalaman Pelanggan<br>Terhadap Kepuasan Konsumen .....                              | 136  |
| Tabel 4. 47 Hasil koefisien determinasi nilai pelanggan terhadap kepuasan<br>konsumen .....                                           | 137  |
| Tabel 4. 48 Hasil Uji T ANOVA nilai pelanggan Terhadap<br>Kepuasan konsumen.....                                                      | 138  |
| Tabel 4. 49 Hasil Koefisien nilai pelanggan terhadap kepuasan<br>konsumen .....                                                       | 1389 |
| Tabel 4. 50 Hasil Koefisien Determinasi pengalaman pelanggan terhadap<br>kepuasan konsumen.....                                       | 1410 |
| Tabel 4. 51 Hasil Uji T Anova Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan<br>konsumen.....                                                 | 141  |
| Tabel 4. 52 Hasil Koefisien Pengalaman Pelanggan Terhadap Kepuasan<br>Konsumen.....                                                   | 141  |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                              | Halaman |
|--------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Berdasarkan Operator (2019)..... | 4       |
| Gambar 1. 2 Jumlah Pelanggan Seluler (2018) .....            | 6       |
| Gambar 1. 3 Kecepatan Internet Operator 4G .....             | 9       |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....                         | 54      |
| Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian .....                       | 56      |
| Gambar 4. 1 Logo Telkomsel.....                              | 82      |
| Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas .....                       | 129     |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....              | 132     |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                               | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 1 Kuesioner.....                                                     | 153     |
| Lampiran 2 Daftar Profil Responden .....                                      | 160     |
| Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner .....                                           | 164     |
| Lampiran 4 Uji Validitas.....                                                 | 174     |
| Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....                                             | 179     |
| Lampiran 6 Hasil Output Analisa Regresi Linear Sederhana<br>dan Berganda..... | 180     |
| Lampiran 7 T tabel.....                                                       | 185     |
| Lampiran 8 F tabel .....                                                      | 189     |
| Lampiran 9 R tabel.....                                                       | 194     |
| Lampiran 10 Distribusi nilai tabel durbin watson.....                         | 195     |
| Lampiran 11 Bukti Penyebaran Kuesioner.....                                   | 199     |
| Lampiran 12 Catatan Kegiatan Konsultasi .....                                 | 200     |
| Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....                                         | 201     |