

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU
SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI USNI**

(Studi Kasus : Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta Selatan)

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



OLEH :

NAMA : ANNE

NIM : 041101503125111

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2016**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KARTU
SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI USNI**

(Studi Kasus : Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta Selatan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata I



OLEH :

NAMA : ANNE

NIM : 041101503125111

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2016

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variable bebas (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk) terhadap variable terikat (loyalitas pelanggan).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif fakultas ekonomi tahun angkatan 2014-2015. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling (random sampling)* dengan rumus Slovin, karena jumlah populasi dalam penelitian ini diketahui dengan pasti. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 92 orang. Teknik analisa dalam penelitian ini menggunakan uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi), analisa korelasi, regresi linier berganda, uji t (secara parsial), uji f (secara simultan) dan determinasi R^2 .

Dari hasil uji t (secara parsial), diperoleh hasil bahwa variable harga produk tidak berpengaruh terhadap variable loyalitas pelanggan. Sedangkan variable kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari Hasil uji f (secara simultan) diperoleh hasil bahwa ketiga variable berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Pada uji determinasi R^2 diperoleh nilai R Square sebesar 0.658, artinya sebesar 65.8 % ketiga variable independen (kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga produk) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan 34.2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci :Kualitas pelayanan, Kualitas produk Harga produk dan Loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The aim in this study was to determine the influence of independent variables (quality of service, product quality and product prices) on the dependent variable (customer loyalty).

The population in this study were all active students of the faculty of economics in force 2014-2015. Sampling using probability sampling (random sampling) with the formula Slovin, because the population in this study is uncertain. Instruments in this study using a questionnaire with respondents as many as 92 people. Analysis techniques in this study using a test instrument (validity and reliability), classical assumption (normality, multicollinearity, heteroscedasticity and autocorrelation), correlation analysis, multiple linear regression, t test (partially), test f (simultaneously) and determination R²,

From the results of the t test (partially), the result that the variable price of the product does not affect the variable customer loyalty. While the variable quality of service and product quality influence on customer loyalty. From the test results f (simultaneously) showed that three variables influence on customer loyalty. In the R² determination test obtained value of R Square of 0658, meaning that 65.8% of the three independent variables (quality of service, product quality and product prices) effect on customer loyalty. While 34.2% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: quality of service, product quality and customer loyalty product prices