

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PELANGGAN INDOSAT OOREDOO  
DI KOTA SUKABUMI**

**SKRIPSI**

**RIKI SEPTIAN**

**20200080205**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
2024**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA  
PELANGGAN INDOSAT OOREDOO  
DI KOTA SUKABUMI**

**SKRIPSI**

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

**RIKI SEPTIAN**

**20200080205**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS NUSA PUTRA  
2024**

## PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN INDOSAT OOREDOO DI KOTA SUKABUMI

NAMA : RIKI SEPTIAN

NIM : 20200080205

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti- bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 15 Juni 2024



RIKI SEPTIAN

Penulis

## PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN INDOSAT OOREDOO DI KOTA SUKABUMI

NAMA : RIKI SEPTIAN

NIM : 20200080205

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 18 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 28 Juli 2024

Dosen Pembimbing 1

Kalfajrin kurniaji, M.M., MBA.  
NIDN. 0429128506

Dosen Pembimbing 2

Iwan Gunawan, S.Pd., MM.  
NIDN. 8815723420

Ketua Penguji

Riyan Mirdan Faris, M.Si.  
NIDN. 0419069402

Ketua Program Studi Manajemen

Ana Yuliana Jasuni, M.M.  
NIDN. 0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA. Teddy Lesmana, S.H, M.H.  
NIDN. 0414058705

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahi Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.

Skripsi ini kutujukan kepada Ibunda Deudeu keluarga besar tercinta yang selalu memotivasi dan mendoakan anaknya agar menjadi seorang yang lebih baik. Terima kasih telah memberikan segalanya baik secara moral maupun moril. Dan terima kasih kepada keluarga besar yang juga selalu mendoakan dan membantu dalam hal apapun. Semoga suatu saat saya dapat membalas segala yang kalian berikan.

Untuk dosen program studi Manajemen yang telah memberikan materi dan membantu dalam segi akademik maupun non akademik. Mohon maaf jika selama ini saya selalu membuat repot selama berada di kampus. Terima kasih semoga Ibu/Bapak dosen selalu diberikan kesehatan dan keberkahan.

Untuk teman-teman manajemen Angkatan 20, khususnya kelas MN20I yang berjuang bersama dari awal masuk kuliah sampai sekarang. Terima kasih telah memberikan warna dan kenangan yang begitu hebat dalam perjalanan saya untuk menempuh gelar sarjana. Sukses selalu dimanapun kalian berada.

Untuk diri sendiri, terima kasih atas usaha yang telah ditunjukkan, melewati banyak tantangan dan rintangan, namun tidak pernah menyerah. Telah mengatasi kesulitan dan terus berkembang sebagai individu. Serta selalu bangga dengan dedikasi dan tekad untuk mencapai tujuan dan mengatasi batasan diri. Teruslah bergerak maju dan percayalah bahwa mampu mengatasi apa pun yang ada di depan.

## **ABSTRACT**

*The aim of this study is to determine the effect of price and service quality on customer loyalty, with customer satisfaction as an intervening variable, with the object of the study being Indosat Ooredoo customers in the City of Sukabumi. This research uses a quantitative method. The population in this study consists of all Indosat Ooredoo customers in the City of Sukabumi. The sample size taken is 120 people, with the sample being determined using non-probability sampling. The data used in this research is primary data, obtained by distributing questionnaires. The measurement scale used is the Likert Scale. The data analysis technique used in this study is quantitative data analysis using statistical methods. The statistical method used is Partial Least Square (PLS). The results of the study indicate that price and service quality do not have a positive and significant effect on customer loyalty directly, customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty directly, and price and service quality have a positive and significant effect on customer loyalty when mediated by customer satisfaction as an intervening variable.*

**Keywords:** Price; Service Quality; Customer Loyalty; Customer Satisfaction



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari harga dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dengan objek penelitian yakni pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini semua pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi. Untuk jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 120 orang, dengan penentuan pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu dengan cara penyebaran kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode statistik. Metode statistik yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bahwa harga dan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung, harga dan kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan dimediasi atau diantara dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

**Kata kunci:** Harga; Kualitas Layanan; Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW.

Dalam Penyusunan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi” tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Ibu saya, Ibu Deudeu dan segenap keluarga besar yang selalu mendoakan, memberi dukungan moril dan materil, selalu menghibur peneliti, serta mencerahkan segenap kasih sayangnya yang tak henti-henti selama ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya.
3. Bapak Dr. Kurniawan, S.T., M.Si., M.M. selaku Rektor Universitas Nusa Putra.
4. Bapak Anggy J, S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra
5. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
6. Bapak Kalfajrin Kurniaji, M.M., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terima kasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermanfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Iwan Gunawan S.pd., M.M., selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi. Terima kasih untuk saran, masukan dan kritik yang membangun sehingga bermanfaat bagi penulis serta dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff pengajar Universitas Nusa Putra.

9. Para Informan yaitu pihak PT. Indosat Tbk. dan pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi atas izin dan kesempatan, bantuan serta kerja sama yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
10. Teman – teman satu kelas saya yang membantu dalam membantu dalam menyusun skripsi ini yaitu Rizki Maulana Hamid, Henri Hermawan, Habullah, Paramita Andiani, Farah Sekar dan Farah Annisa.
11. Teman – teman diluar kelas MN20I yaitu Sibgotallah, Dila Padilah Nurhasanah, Firda Azzahra, Abdul Ropik, Muhammad Riswan dan Riyan angkatan 22.
12. Sahabat dan rekan seperjuangan mahasiswa Manajemen tahun angkatan 2020 yang saling mendukung dalam masa-masa penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala dukungan dan perhatiannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamiin.



Sukabumi, 29 Juli 2024

Riki Septian

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Riki Septian  
NIM : 20200080205  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN INDOSAT OOREDOO DI KOTA SUKABUMI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada Tanggal : 29 Juli 2023

Yang Menyatakan



Riki Septian

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMPAHAN .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
13.1.Latar Belakang.....	1
13.2.Rumusan Masalah.....	7
13.3.Tujuan Peneltian .....	8
13.4.Manfaat Penelitian .....	8
13.5.Sistematika Penulisan .....	9
BAB II .....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11
2.1.1. Manajemen pemasaran .....	11
2.1.2. Harga .....	11
2.1.3. Kualitas Pelayanan .....	13

2.1.4. Loyalitas Pelanggan.....	15
2.1.5. Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Konseptual .....	25
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	26
2.4.1 Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.....	26
2.4.2 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	26
2.4.3 Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan .....	26
2.4.4 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.....	27
2.4.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan .....	27
2.4.6 Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan .....	27
2.4.7 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan.....	28
BAB III.....	29
METODE PENELITIAN .....	29
3.1. Pendeketan Penelitian.....	29
3.2. Objek dan Waktu Peneltian .....	29
3.3. Populasi dan Sampel.....	30
3.4. Sumber dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.5. Definisi Operasional .....	32
3.6. Teknik Analisis data .....	38
BAB IV .....	43
HASIL PENELITIAN .....	43
4.1. Karakteristik responden .....	43
4.2. Hasil Analisis.....	45

4.3. Interpretasi dan Pembahasan Analisis .....	57
4.4. Interpretasi Hasil Analisis .....	61
BAB V .....	63
KESIMPULAN DAN SARAN .....	63
5.1. KESIMPULAN .....	63
5.2. SARAN.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1. 2 Diagram Lima Besar Pengguna Provider Terbesar di Indonesia.....	2
Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Kota Sukabumi.....	3
Gambar 1. 4 Peta Jaringan Indosat Ooredoo di Seluruh Sukabumi .....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 3. 1 SEM diagram.....	39
Gambar 3. 2 Gambar olahan SEM-PLS .....	39
Gambar 4. 1 Nilai PLS-SEM Algorithm .....	45
Gambar 4. 2 Nilai bootsrapping (inner model).....	50



## DAFTAR TABEL

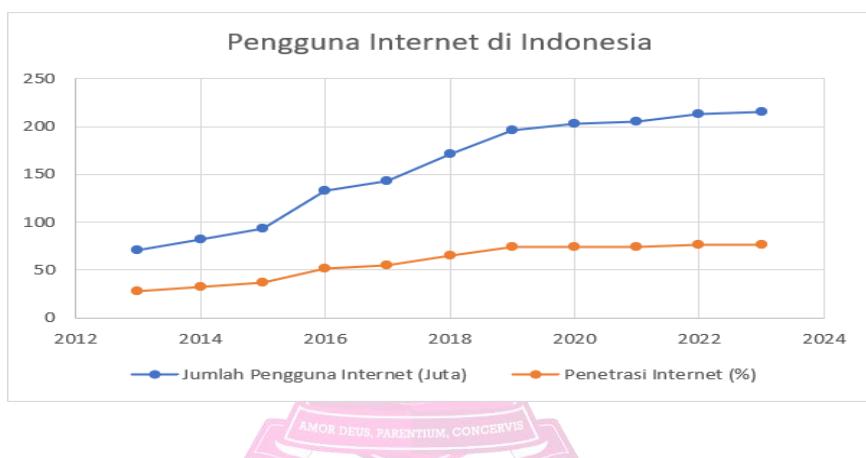
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Gantt Chart Penelitian .....	29
Tabel 3. 2 Skala Liker .....	33
Tabel 3. 3 Indikator harga dan pernyataan .....	33
Tabel 3. 4 Indikator kualitas pelayanan dan pernyataan.....	35
Tabel 3. 5 Indikator loyalitas pelanggan dan pernyataan .....	36
Tabel 3. 6 Indikator kepuasan pelanggan dan pernyataan.....	37
Tabel 4. 1 Jumlah data valid dan tidak valid .....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Kota Sukabumi.....	44
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan .....	44
Tabel 4. 6 Nilai Loading Factor .....	46
Tabel 4. 7 Nilai Outer Loading setelah dieliminasi .....	47
Tabel 4. 8 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	48
Tabel 4. 9 Nilai akar AVE (Fornell-Larcker Criterion).....	48
Tabel 4. 10 Nilai Construct Realibility and Validity .....	49
Tabel 4. 11 Nilai Path Coeffisiens.....	51
Tabel 4. 12 Nilai Specific Indirect Effects.....	53
Tabel 4. 13 Nilai R-Square.....	55
Tabel 4. 14 Nilai Q-Square.....	56
Tabel 4. 15 Nilai F-Square .....	56
Tabel 4. 16 Nilai model fit .....	57

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Internet merupakan sebuah singkatan dari *Interconnected Network*, (Mambang, 2021) internet merupakan jaringan penghubung antar internet sehingga lebih integritas. Pengguna internet di Indonesia sendiri meningkat secara pesat dikutip dari laporan survei APJII (Assosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 79,5 % dari total jumlah penduduk di Indonesia. Pada tahun 2022 – 2023 jumlah masyarakat yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 215,63 atau 77,02% dari total penduduk dan menjadikan Indonesia sebagai peringkat ke-4 populasi pengguna internet terbanyak di dunia.



**Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia**

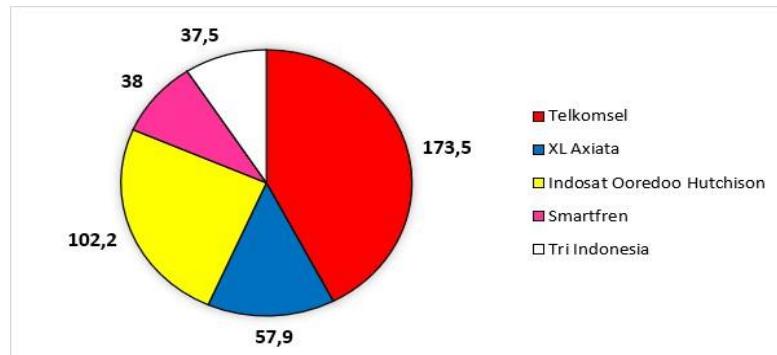
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII)

Pada gambar 1.1 menunjukkan adanya kenaikan pengguna internet setiap tahun dibuktikan dengan gambar grafik yang terus naik setiap tahunnya. Di Indonesia sendiri rata – rata masyarakat menggunakan internet selama 7 jam 42 menit per hari. Ini menunjukkan betapa tingginya *demand* akan kebutuhan jaringan internet di Indonesia, hal ini bisa berdampak positif kepada masyarakat Indonesia sehingga mempermudah dalam mengakses berita atau informasi semua.

Dalam memenuhi permintaan pasar (*demand*) yang tinggi untuk penyediaan jasa internet, terdapat beberapa perusahaan yang bersaing secara

kompetitif sebagai penyedia layanan internet di Indonesia diantaranya ada Telkomsel, Indosat Ooredoo, XL Axiata, Smartfren, Tri Indonesia.

PT. Indosat Tbk yaitu perusahaan telekomunikasi terbesar kedua yang ada di Indonesia setelah Telkomsel. Itu menandakan bahwa banyak masyarakat Indonesia banyak yang menggunakan jaringan internet dari Indosat Ooredoo sebagai pemenuhan kebutuhan jaringan internet.



**Gambar 1. 2 Diagram Lima Besar Pengguna Provider Terbesar di Indonesia**

Sumber: Asosiasi Penyelengara Jasa Internet Indonesia

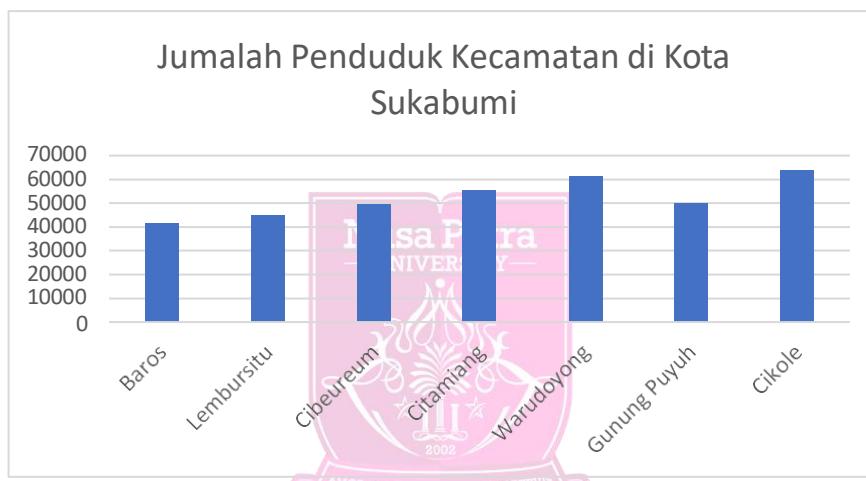
Pada diagram 1.2 terdapat tiga operator yang popular yang digunakan masyarakat Indonesia yaitu Telkomsel dengan jumlah pengguna 173,5 juta, XL Axiata dengan jumlah pengguna 57,9 juta dan Indosat Ooredoo Hutchison dengan jumlah pengguna 102,2 juta. Hal ini bisa menjelaskan bahwa indosat merupakan salah satu *provider* yang banyak digunakan di Indonesia

Indosat merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 1967 dan merupakan pelopor layanan telekomunikasi satelit di Indonesia. Indosat pada awal didirikan sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebelum pada tahun 2002 sebagian saham Indosat dijual kepada Singapore Technologies Telemedia (ST Telemedia) pada tahun 2001. Dan pada tahun 2018 pemerintah Indonesia menjual mayoritas saha Indosat pada Ooredoo, sehingga mengubah status perusahaan dari BUMN menjadi perusahaan swasta.

Indonesia adalah negara yang mempunyai banyak pulau, yang dimana salah satu pulau di Indonesia Pulau Jawa. Di Pulau Jawa itu sendiri terdapat Provinsi Jawa Barat, di Jawa Barat itu sendiri terdapat 9 kota yang salah satunya

yaitu Kota Sukabumi. Kota Sukabumi merupakan kota jasa terpadu karena memiliki sektor jasa yang berkembang pesat dan menjadi pusat kegiatan ekonomi bagi wilayah disekitarnya. Oleh karena, untuk menunjang kegiatan tersebut diperlukan jaringan internet yang memadai untuk kebutuhan kegiatan ekonomi.

Kota Sukabumi merupakan salah satu daerah yang terletak di Jawa Barat. Kota Sukabumi juga termasuk kota terkecil ketiga di provinsi Jawa Barat sesudah Kota Cimahi dan Kota Cirebon dengan luas 48,33 KM<sup>2</sup>. Menurut data Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi jumlah penduduk Kota Sukabumi sebanyak 346,325 jiwa.



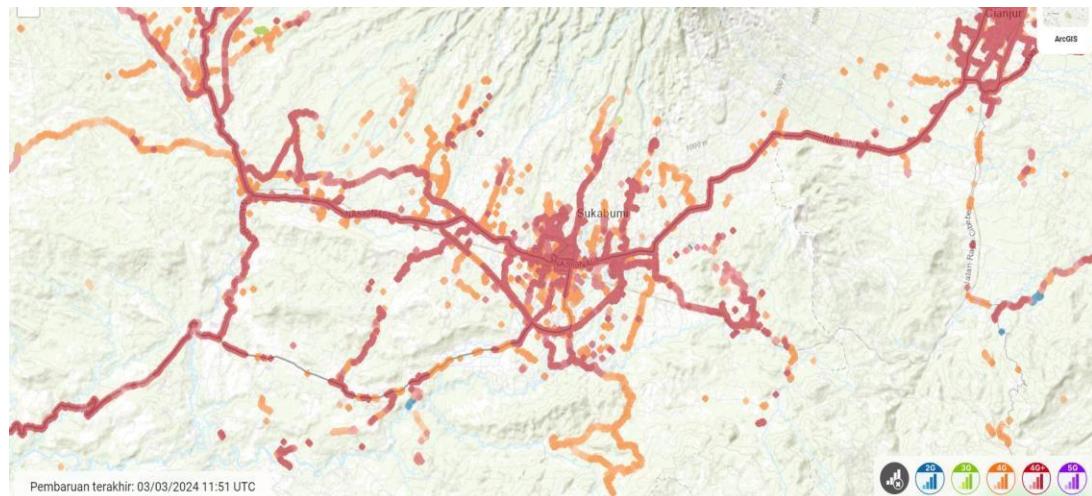
**Gambar 1. 3 Jumlah Penduduk Kota Sukabumi**

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi

Pengguna internet di Sukabumi sendiri cukup besar menurut data yang di ambil dari *website* Badan Pusat Statistik Kota Sukabumi pengguna internet di Kota Sukabumi tahun 2023 mencapai 78,45% dari penduduk Kota Sukabumi. Ini menunjukkan besarnya masyarakat Kota Sukabumi pada jaringan internet. Maka dari itu, Kota Sukabumi bisa menjadi pasar yang besar untuk perusahaan telekomunikasi karena memiliki *demand* yang besar pada jaringan internet.

Di Sukabumi PT. Indosat Tbk menawarkan berbagai macam produk dan layanan telekomunikasi seperti kartu perdana prababayar dan pascabayar, paket internet, paket telepon, SMS serta layanan digital. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di Sukabumi PT Indosat Tbk menyediakan layanan internet ke

seluruh wilayah di Sukabumi dengan layanan internet 2G, 3G, 4G dan 4G+. Menurut [radasukabumi.com](http://radasukabumi.com) Indosat meningkat jumlah BTS 4G 30,7% YoY, menjadi 179.000 *site* di seluruh Indonesia.



**Gambar 1. 4 Peta Jaringan Indosat Ooredoo di Seluruh Sukabumi**

Sumber: Nperf

Kondisi peta jaringan Indosat Ooredoo di Sukabumi menunjukkan bahwa jaringan Indosat Ooredoo untuk Sebagian besar wilayah Sukabumi sudah merasakan jaringan 4G+ ditunjukan dengan warna merah yang ada pada gambar 1.5 dan ada juga yang mendapatkan 4G saja ditandai dengan warna oranye pada gambar 1.5. Untuk Kota Sukabumi sendiri sebagian besar wilayahnya sudah merasakan jaringan internet 4G+.

Dalam memperbutkan pelanggan khususnya di wilayah Kota Sukabumi Indosat yang merupakan perusahaan telekomunikasi yang di Indonesia. Oleh sebab itu sangat penting adanya penelitian tentang harga dan kualitas pada jaringan internet Indosat Ooredoo karena harga dan kualitas menjadi intrumen penting dalam menjaga pasar dan memperluas pangsa pasar pengguna Indosat di Kota Sukabumi. Harga dan kualitas bisa mempengaruhi sebab dari pelanggan membeli produk dan menjadi pelanggan yang loyal pada produk yang ditawarkan.

Harga memegang peranan besar dalam membuat konsumen melakukan pembelian suatu produk, harga juga bisa membuat gambaran akan kualitas

produk. Konsumen beranggapan bila harga tinggi maka kualitasnya akan tinggi pula begitupun sebaliknya. Tetapi, tidak sedikit pula konsumen menginginkan dengan harga rendah bisa mendapatkan kualitas produk yang tinggi. Maka dari itu, harga bisa mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan karena bila pelanggan puas pada harga yang suatu produk tawarkan akan membuat pelanggan loyal kepada produk yang ditawarkan. konsumen saat ini mempunyai pengetahuan yang sangat berkembang yang membuat konsumen bersedia membayar lebih untuk bisa mendapatkan kenyamanan, penampilan dan keunggulan yang dirasakan dari kualitas produk yang dimilikinya (Takholy & Andjarwati, 2021).

Faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian selain harga adapula faktor kualitas layanan. Pada saat ini kualitas layanan merupakan faktor yang penting demi memunculkan rasa loyalitas pelanggan karena pada kualitas layanan yang bagus bisa membuat pelanggan bertahan terdahap produk tersebut yang bisa membuat membuat perusahaan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Pada era persaingan saat ini mempertahankan pelanggan lama lebih mudah daripada mencari pelanggan atau pengguna baru karena ketika mencari pelanggan atau pengguna baru memerlukan biaya besar. Perusahaan mesti bisa menjaga kualitas yang dimiliki supaya pelanggan tidak pindah pada produk atau merek perusahaan lain sehingga perusahaan harus memperhatikan konsep bauran pemasaran yakni 4P. yaitu (*product*) produk, (*price*) harga, (*place*) tempat, serta (*promotion*) promosi (Desy dkk., 2017).

Untuk bisa menimbulkan loyalitas pada pelanggan maka dibutuhkan rasa puas pada diri pelanggan itu sendiri kepada produk yang mereka gunakan. Kepuasan pelanggan bisa menjadi tolak ukur akan terjadinya rasa loyal pada pelangan. Menurut Tjiptono dalam penelitian Fifin Anggraini (2020) ketika persepsi pada kinerja tidak mampu memenuhi sebuah keinginan, maka bisa menyebabkan rasa ketidakpuasan pada pelanggan. Sehingga kepuasan pelanggan bisa menjadi tolak ukur yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk maupun jasa yang mereka gunakan selaras atau tidak akan yang mereka harapkan atau inginkan. Keinginan pelanggan adalah sebuah perkiraan

pelanggan akan apa yang akan pelanggan rasakan atau dapatkan saat membeli dan menggunakan suatu produk (Anggraini & Budiarti, 2020).

Loyalitas pelanggan merupakan satu tujuan yang diharapkan tercapai oleh pelaku bisnis. Jika tidak adanya pelanggan yang loyal pada produk yang mereka tawarkan akan menjadi masalah pada masa depan perusahaan maka dari itu mencari pelanggan yang loyal menjadi keinginan terbesar setiap pelaku usaha Tjiuptono menjelaskan loyalitas pelanggan menjadi ikatan untuk membeli kembali atau melindungi citra produk yang mereka suka dalam masa atau jangka waktu hingga masa yang akan datang (Firli & Stiawan, 2021).

Dari penelitian terdahulu ada beberapa perbedaan pengaruh dari harga serta kualitas pelayanan pada loyalitas pelanggan. Menurut Nandasari & Ngatikoh, (2023) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan, menurut Ariyanto dkk., (2022) menyatakan juga harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan. Berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu menurut Bansaleng dkk., (2021). menyatakan harga tidak berpengaruh positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Begitu juga pada penelitian Nugroho (2015) menyatakan juga harga tidak berpengaruh positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan.

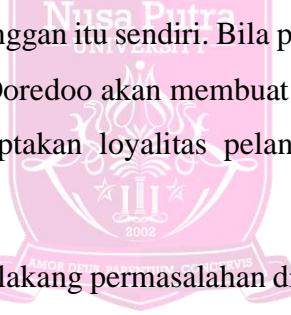
Menurut Nugroho (2015) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Selaras dengan penelitian Saputra, (2017) menyatakan kualitas pelayanan mempunya pengaruh positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan. Berbanding terbalik dengan Nugroho (2015) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif serta signifikan pada loyalitas pelanggan.

Dari observasi awal yang dilaksanakan oleh peneliti kepada pelanggan Indosat Ooredoo, dengan adanya perubahan harga per-tanggal 20 September 2023 yang dimana adanya kenaikan beberapa paket internet seperti paket 3GB naik dari Rp20.000,- menjadi Rp21.500,-, 9GB dari Rp40.000,- menjadi Rp45.000,-, sehingga hal ini menyebabkan adanya perbedaan persepsi pelanggan Indosat Ooredoo ada yang keberatan dengan kebijakan harga baru

Indosat Ooredoo adapun yang tidak keberatan denga harga baru Indosat Ooredoo hal ini yang mendorong peneliti dengan untuk mengangkat variabel harga.

Adanya perubahan harga pada produk Indosat Ooredoo serta adanya *turnover customer service* di PT Indosat Ooredoo Cabang Sukabumi yang dimana fenomena ini terjadi setiap 3 bulan sekali dimana dalam jangka waktu itu ada *customer service* yang keluar dan harus mencari *customer service* yang baru yang menyebabkan adanya perbedaan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan baru, yang dimana karyawan baru cenderung harus beradaptasi dengan lingkungan kerjanya yang menyebabkan pelayanan yang dilakukan oleh karyawan tidak sesigap karyawan yang sudah lama. Sehingga hal ini yang menjadi faktor peneliti mengambil kualitas pelayanan sebagai variabel lainnya.

Kebijakan harga dan kualitas pelayanan di PT Indosat Ooredoo bisa menjadi penentu atau pendorong rasa puas dalam diri pelanggan sehingga bisa menciptakan kepuasan pelanggan itu sendiri. Bila pelanggan sudah merasa puas akan pada produk Indosat Ooredoo akan membuat pelanggan tersebut menjadi loyal sehingga bisa menciptakan loyalitas pelanggan pada produk Indosat Ooredoo.



Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas serta adanya perbedaan hasil penelitian atau novelti dari penelitian sebelumnya, peneliti tertarik membuat penelitian tentang seberapa besarnya harga serta kualias pada loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi. Penelitian ini untuk pengguna Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi dengan judul **Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi.**

## 1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?

3. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?
5. Bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pelanggan Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?
6. Bagaimana pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?
7. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk Indosat Ooredoo di Sukabumi secara parsial?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk bisa mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo.
2. Untuk bisa mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo.
3. Untuk bisa mengetahui pengaruh harga layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo.
4. Untuk bisa mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo.
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan Indosat Ooredoo di Sukabumi.
6. Untuk bisa mengetahui pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk Indosat Ooredoo.
7. Untuk bisa mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk Indosat Ooredoo.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaaat Akademis**

Pada aspek akademis, dengan dilakukan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca ataupun mahasiswa dengan menyajikan pengetahuan baru. Selain itu, penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi penelitian dimasa mendatang. Dengan adanya penelitian ini peneliti

berharap pemahaman dan pengetuan tentang topik ini akan semakin berkembang dan menghasilkan solusi yang lebih efektif pada masa yang akan datang.

## 2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat untuk perusahaan penyedia layanan internet khususnya pada PT. Indosat Tbk untuk bisa menjaga kualitas jaringan agar dapat mempertahankan pelanggan lama serta bisa mendatangkan pelanggan baru atau pengguna baru Indosat Ooredoo.

## 3. Manfaat bagi penulis

Dengan ada penelitian ini diharapkan bisa memberi wawasan baru bagi penulis khususnya dalam dunia penelitian dan pengetahuan baru pada bidang telekomunikasi dan kebiasaan pelanggan ketika akan membeli suatu produk dan bisa menjadi kan penelitian ini kemasa mendatang setelah peneliti lulus kuliah.

## 1.5. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah penulis maupun pembaca saat melakukan analisis serta bisa mengerti dari hasil penelitian maka penyusunan dilakukan secara struktur dan sistematis dari Bab I sampai Bab VI sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan: berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan serta manfaat dari penelitian yang telah di buat.

Bab II Kajian Pustaka: berisikan tinjauan literatur tentang topik yang dibahas pada penelitian ini, mencangkup teori, penelitian terdahulu, dan pendapat para ahli yang relevan.

Bab III Metode Penelitian: berisikan metode yang dipakai untuk melakukan penelitian, termasuk data yang sudah dikumpulkan, teknik pengumpulan data dan analisis yang dipakai.

Bab IV Hasil Penelitian: berisikan presentasi dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan berisikan interpretasi dan pembahasan mengenai temuan – temuan dalam penelitian.

Bab V Kesimpulan dan Saran: berisikan ringkasan kesimpulan yang diambil dari pada hasil penelitian, serta saran yang diberikan peneliti untuk penlitian dimasa mendatang.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. KESIMPULAN

Dari 125 sampel yang dianalisis, ditemukan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini masyarakat Kota Sukabumi dalam usia produktif. ini menunjukkan responden merupakan orang - orang yang akan kebutuhan internet yang cukup tinggi untuk kebutuhan belajar maupun bekerja. Responen juga terbagi pada 7 kecamatan yang ada di Kota Sukabumi, hal ini bisa menggambarkan pelanggan Indosat Ooredoo di Kota Sukabumi. Mayoritas responden ini yaitu mahasiswa tetapi ada juga masyarakat Kota Sukabumi yang sudah bekerja. Adapun untuk pertanyaan penelitian yang terjawab pada penelitian sebagai berikut:

#### 1. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis harga tidak diterima karena *P-Value* ( $0.384 > 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

#### 2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis kualitas layanan tidak diterima karena *P-Value* ( $0.309 > 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

#### 3. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis harga diterima karena *P-Value* ( $0.039 < 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indosat Ooredoo.

**4. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?**

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis kualitas layanan diterima karena *P-Value* ( $0.000 < 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indosat Ooredoo.

**5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?**

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis kepuasan pelanggan diterima karena *P-Value* ( $0.000 < 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

**6. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?**

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis harga diterima karena *P-Value* ( $0.035 < 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Indosat Ooredoo.

**7. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan produk Indosat Ooredoo di sukabumi secara parsial?**

Dari hasil perhitungan *inner model* bahwa hipotesis kualitas layanan diterima karena *P-Value* ( $0.000 < 0.050$ ), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Indosat Ooredoo

Dari hasil perhitungan *t-statistic* menjelaskan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dengan indikator jaminan dan responsivitas memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding indikator lainnya.

Jika terjadi kenaikan harga selama dalam batas wajar tidak akan terlalu masalah bagi pelanggan yang sudah lama menggunakan Indosat Ooredoo. Pihak Indosat Ooredoo bisa menutupi kenaikan harga tersebut dengan meningkatkan kualitas produk dalam perusahaan Indosat Ooredoo yaitu jaringan internet mereka di wilayah Sukabumi, karena pelanggan Indosat Ooredoo merasa bahwa cakupan jaringan Internet Indosat Ooredoo cukup luas dan stabil untuk kecepatan internet yang pihak Indosat Ooredoo sediakan.

## 5.2. SARAN

1. Berikut saran untuk pihak Indosat:

Temuan pada penitian ini bahwa harga dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berikut saran yang bisa penulis sarankan kepada pihak Indosat yaitu:

- a Pengguna indosat tidak terlalu menjadikan masalah akan kenaikan harga yang diberikan oleh pihak Indosat. Saran saya kepada pihak walaupun harga naik masih masuk akal tidak akan terlalu dipermasalahkan oleh pelanggan, mereka akan tetap membeli paket internet Indosat Ooredoo.
- b Lebih memperhatikan kualitas jaringan, meningkatkan cakupan jaringan internet yang membuat akan bisa membuat pelanggan indosat tetap menggunakan Indosat karena mereka percaya bahwa kualitas jaringan indosat sangat bagus dan cakupannya luas untuk wilayah di Sukabumi.
- c Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Indosat bisa lebih memperhatikan pelayanan yang datang kepada *customer service* ketika mereka datang untuk menyampaikan keluhan mereka.
- d Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan untuk pengguna yang lama bisa dipermudah lagi mereka ketika mengguna *aplikasi* dari *My IM3*.

Menghadapi tantangan baru dengan hadirnya Starlink di Indonesia, yang menawarkan internet satelit berkecepatan tinggi untuk daerah terpencil tanpa jaringan seluler.

Penting untuk dicatat bahwa persaingan antara Indosat Ooredoo dan Starlink pada akhirnya akan menguntungkan konsumen, karena akan

mendorong kedua perusahaan untuk terus berinovasi dan menawarkan layanan yang lebih baik dengan harga yang lebih murah.

2. Berikut adalah saran untuk penelitian selanjutnya:

- a. Mengganti variabel *independent*

Variabel *independent* ini yaitu menggunakan harga (X1) dan kualitas layanan (X2) yang dimana dua variabel ini tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu loyalitas pelanggan. Peneliti selanjutnya bisa mengganti variabel lain yang relavan. Sehingga bisa memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian yang saya lakukan

- b. Melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam

Sampel yang dilibatkan pada penelitian ini terbatas dalam hal ukuran dan juga keberagaman. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya bisa melibatkan ukuran sampel yang lebih besar dan lebih beragam lagi. Hal ini bisa meningkatkan *validitas eksternal* dan bisa mengatahui lagi lebih banyak tentang kebutuhan jaringan internet dimasyarakat yang lebih luas lagi.

Dengan mempertimbangkan saran – saran tersebut. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa memperluas pemahaman lebih luas tentang perilaku konsumen terkait pelanggan Indosat Ooredoo dan bisa memberi wawasan lebih mendalam kepada praktisi dan peneliti di bidang ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. I., Hufron, M., & Asiyah, S. (2020a). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati Di Desa Barudinding, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep, Madura). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 09(10), 331–340. www.fe.unisma.ac.id
- Abadi, R. I., Hufron, M., & Asiyah, S. (2020b). Pengaruh Kepercayaan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati Di Desa Barudinding, Kecamatan Gapura, Kabupaten Sumenep, Madura). *Ilmiah Riset Manajemen*, 09(01), 175–194. www.fe.unisma.ac.id
- Agarwal, R., & Dhingra, S. (2023). Factors influencing cloud service quality and their relationship with customer satisfaction and loyalty. *Heliyon*, 9(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15177>
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86–94. <https://doi.org/10.26740/jupe.v8n3.p86-94>
- Anwar, R. N., & Firdaus, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produl dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Operator Seluler XL AXIATA (Studi kasus pengguna paket data internet provider XL di DKI Jakarta). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(5), 1804–1820.
- Apriliani, D., Baqiyatus S, N., Febila, R., & Sanjaya, V. F. (2020). Pengaruh kepuasan pelanggan, brand image, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada membercard. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 20–30. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.214>
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98. <https://doi.org/10.32493/drdb.v4i2.9867>

- Ariyanto, A., Ivantan, I., & Purwanti, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak pada Loyalitas Pelanggan Pemakai Paket Data Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen S-1 Universitas Pamulang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 668–678.  
<https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.623>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA*, 331–340.
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa. *Manajemen Keuangan*, 5(2), 592–602.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.  
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian melalui Kepuasan Konsumen pada Marketplace: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211–224.  
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.867>
- Desy, P. A., Darmawan, T., & Ekawati, N. W. (2017). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga terhadap Loyalitas Konsumen dalam berbelanja pada Florist Online di Denpasar*. 6(4), 2076–2104.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*.

- DR. Sugiyanto, S. M., Luh Nadi, S. M., & I Ketut Wenten, S. M. (2020). *Studi Kelayakan Bisnis*.
- Dulkhatif, Haryono, A. T., & Warso, M. M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Penyedia Jasa Internet Study PT Noken Mulia Tama Semarang. *Journal Of Management*, 2(2).
- Fadilla, Z., Muhammad, P., Penerbit, Z., Zaini, M., & Lawang, K. A. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/370561251>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Fatini, N. A., & Dewi, R. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Vanaprastha Gedong Songo Park Kabupaten Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 110–120. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26229>
- Fikrrizaldy Fasha, H., & Madiawati, N. (2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Produk ZARA di Kota Bandung. *Management*, 6(2), 4060–5080. <http://hai.grid.id>
- Firli, T. A., & Stiawan, D. (2021). *Kualitas Produk dan Pelayanan serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen Muslim dengan kepuasan sebagai Variabel Intervening*. I(2).
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd ed.
- Hakunta, T., & Sujianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai

- Variabel Intervening di Warung Kopi Tequila Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 787–801. <http://stp-mataram.e-journal.id/JIH>
- Hamid, R. Solling. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Vaarian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Inkubator Penulis Indonesia. [www.institutpenulis.id](http://www.institutpenulis.id)
- Helmy Muhammad, H. S., Rohaeni, H., & Yuliyana, W. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 2685–6972. <http://ejurnal.ars..ac.id/index.php/jsm/index>
- Hermanto, H. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.
- Hidayat, D. R., & Peridawaty. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi*, 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.52300/jmso.v1i1.2370>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Vol. 2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*.
- Kurnia Dewi, L., & Budiarti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Queenstreetstore Anindhya Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(5).
- Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. *Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3(2), 61–74.
- Mambang. (2021). *Buku Ajar Teknologi Komunikasi Internet (Internet Of Things)*. <https://www.researchgate.net/publication/360289401>
- Mawardi, K. (2021). Dampak Pemasaran Digital dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Inovasi Manajemen*, 1.

- Muniarty, P., Verawaty, Hasan Syahril, Patimah, S., CH, T., Butarbutar, D. J. A., Pratisti, C., Ismail, Noor, A., Guntarayana, I., Fitriani, Sari, R. K., & Sihombing, C. M. (2022). *MANAJEMEN PEMASARAN*. <https://www.researchgate.net/publication/359836697>
- Nandasari, E. A., & Ngatikoh, D. S. (2023). Pengaruh Brand Image dan Harga Paket Internet terhadap Jumlah Pengguna Kartu Telkomsel (Studi Kasus pada Pengguna Kartu Telkomsel di Kabupaten Kebumen). *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 2(1), 94–111. <https://ejournal.iainukebumen.ac.id/index.php/maen>
- Nugroho, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Layanan dan Harga Produk Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 7(2), 158–174.
- Nurrachmi, I. (2020). *Manajemen Pemasaran Syariah*.
- Ogestine, S., Pakpahan, E., & Rostina, C. F. (2023). The influence of product price and quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at PT. Brother Group, Medan. *Journal of Economics and Business Letters*, 3(4), 29–37. <https://doi.org/10.55942/jebl.v3i4.231>
- Pongoh, M. (2013). Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 1 No 4, 1–115.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis*, 1(4). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran dalam Konteks Persaingan Global MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4), 1–9.

- Purba, J. I., & Wulandari, A. (2018). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Indihome di Bandung tahun 2018). *e-Proceeding of Applied Science*, 4(3), 1124–1128.
- Rianto Rahadi, D. (2023). *Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*. <https://www.researchgate.net/publication/372827232>
- Rismawati, N. (2022). *Teori Ekonomi Mikro*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Rohana, T. (2020). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28–32. <http://journals.synthesispublication.org/index.php/ilman>
- Saputra, A. H. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Citra Merek dampak kepada Loyalitas Pelanggan Mobile Data Service Provider Simpati*.
- Saputri, A. N. J., Apriani, V., & Sudrajat, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan (J&T Express). *Manajemen dan Akuntansi*, 16(1). <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Sari, D. D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen SIM Card GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manahemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 62–72.
- Segoro, W. (2013). The Influence of Perceived Service Quality, Mooring Factor, and Relationship Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 306–310. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.433>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business : a skill-building approach (7th ed). Dalam *Electronic Resource* (New Jersey: Wiley). [www.wileypluslearningspace.com](http://www.wileypluslearningspace.com)
- Setyawati, M. R., Rohaeni, N. W., & Woelandari, H. (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Telkomsel Pada

- Generasi Milenial Muslim di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 2159–2166. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5863>
- Sodik, M., & Siyoto, S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Sofiaty, I., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2018). Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2). <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1792>
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53. <https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sugiono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Suhartono, S., & Rahayu, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jasa Pelatihan UVI Consultant Yogyakarta). *Jurnal Manajemen*, 11(1), 64–75. <https://doi.org/10.26460/jm.v11i1.2273>
- Sukmawati, I., & Massic, J. D. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA*, 3(3), 729–742.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Susilowati, S., & Handayani, T. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas melalui Pelanggan BOLT. *Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 143–154. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i2.716>

- Sutra, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Telkomsel. *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, 2(2), 209–226. www.jurnal.umb.ac.id
- Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(1), 27–35. <https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826>
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Takholy, Y., & Andjarwati, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan XL Prabayar di Pamekasan). *Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–11.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Zahra Marichs, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 26(01), 105–122. <https://doi.org/10.36406/jemi.v26i01.201>
- Warere, O. P., & Mandagia, Y. (2022). Analisi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1014–1022.
- Wiguna, M. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 379. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.766>
- Winarno, S. H., Givan, B., & Yudhistira. (2018). Faktor-Faktor Penentu Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Ooredoo. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 1(2), 1–7.

## INTERNET

- [1] APJII, "Survei APJII," 2024. [Online]. Available: <https://survei.apjii.or.id/survei/>. [Accessed 29 Februari 2024].
- [2] CNN Indonesia, "CNN Indonesia," 2024. [Online]. Available: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240207155657-213-1059861/pelanggan-indosat-meningkat-sepanjang-2023-efek-tambah-bts>. [Accessed 01 Maret 2024].
- [3] B. K. Sukabumi, "BPS Kota Sukabumi," 2024. [Online]. Available: <https://sukabumikota.bps.go.id/indicator/12/261/1/penduduk-dan-distribusi-penduduk-menurut-kecamatan.html>. [Accessed 03 Maret 2024].
- [4] Nperf, "Peta Jaringan IM3," Nperf, 2024. [Online]. Available: <https://www.nperf.com/id/map/ID/1626381.Sukabumi/15411.IM3/signal/?ll=6.91806&lg=106.92667&zoom=12>. [Accessed 03 Maret 2024].

