

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçeçwara (P3.M)

 **STIE MALANGKUÇEÇWARA**
d.b. ABM School of Economics

  Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 055/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2014
Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 257/SK/BAN-PT/Ak-V/S/XII/2013

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
Semester GENAP Tahun Akademik 2016/2017
Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçeçwara Malang menetapkan :

Nama : Dr. SETIYAWAN, MS
Sebagai : Dosen Pembimbing 1
Nama : --
Sebagai : Dosen Pembimbing 2

Untuk mahasiswa berikut

Nama : ANDREE WIJAYA SENTOSA
Nomor Pokok : K.2013.5.32129
Skripsi yang diajukan
Bidang Kajian : MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan : STRATEGI PEMASARAN
Tempat/Obyek : -
Judul Skripsi : -

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
Pada Tanggal : 22/03/2017
Ketua Program Studi Manajemen,




Dra. LINDANANTY, MM.
NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkuçęwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB I s.d. BAB III

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : <i>Marset 2017</i>			
<i>27-03-2017</i>	<i>-</i>	<i>Topik Bahasan</i>	<i>[Signature]</i>
<i>29-03-2017</i>	<i>1</i>	<i>Bab 1</i>	<i>[Signature]</i>
Bulan : <i>April 2017</i>			
<i>03-04-2017</i>	<i>2</i>	<i>Kerangka berpikir bab 2</i>	<i>[Signature]</i>
<i>10-04-2017</i>	<i>2</i>	<i>Persiapan sempro</i>	<i>[Signature]</i>
<i>11-04-2017</i>	<i>1 & 2</i>	<i>Revisi bab 1 & 2, ACC</i>	<i>[Signature]</i>
Bulan :			
Bulan :			
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

[Signature]

Dosen Pembimbing 2

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kreteria penilaian:

1. Ide/inovasi penelitian
2. Pemahaman konsep/teori
3. Pemahaman Metodologi
4. Kemampuan Analisis
5. Rutinitas Pembimbingan


STIE MALANGKUÇEÇWARA
 d/ ABM School of Economics




Terakreditasi "A", AKUNTANSI, 058/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2014
 Terakreditasi "A", MANAJEMEN, 257/SK/BAN-PT/Ak-VIS/XII/2013

Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Semester GENAP Tahun Akademik 2016/2017

Nomor : 0908/BAAK/X/2016

Setelah memperhatikan Surat Ketua Program Studi tentang usulan dosen pembimbing skripsi dengan ini Ketua STIE Malangkuçeçwara Malang menetapkan :

Nama	: Dr. SETIYAWAN, MS
Sebagai	: Dosen Pembimbing 1
Nama	: ---
Sebagai	: Dosen Pembimbing 2

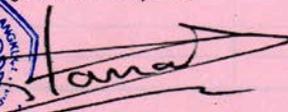
Untuk mahasiswa berikut

Nama	: ANDREE WIJAYA SENTOSA
Nomor Pokok	: K.2013.5.32129
Skripsi yang diajukan	
Bidang Kajian	: MANAJEMEN PEMASARAN
Pokok Bahasan	: STRATEGI PEMASARAN
Tempat/Obyek	: STIE MALANGKUÇEÇWARA MALANG

Judul Skripsi : PERAN RELATIONSHIP MARKETING DALAM MEMBANGUN LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA 5 KELOMPOK PELANGGAN OPERATOR PAKET DATA DI LINGKUNGAN MAHASISWA STIE MALANGKUÇEÇWARA)

Demikian surat penetapan ini dikeluarkan untuk dilaksanakan dengan sebaiknya.
 Penetapan ini berlaku sejak dikeluarkan.

Dikeluarkan di : Malang
 Pada Tanggal : 04/08/2017
 Program Studi Manajemen,

Dra. LINDANANTY, MM.
 NIK-P.3M : 202.710.194



STIE Malangkuçęwara

(Accounting Business Management)

Jl. Terusan Candi Kalasan - Malang Telp. 0341-491813

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI BAB IV s.d. BAB V

BLN/TGL	BAB	PERMASALAHAN	PARAF
Bulan : Mei 2017			
10-05-2017	4	Konsultasi hasil penelitian	
15-05-2017	4	Revisi hasil	
17-05-2017	4	Perbaikan ulang mengenai hasil analisis dan metode yg digunakan	
Bulan : Juli			
12-07-2017	5	Konsultasi & saran mengenai tata cara bab 5	
14-07-2017	4k5	Revisi ulang	
20-07-2017	4k5	Persiapan seminar hasil & ACC	
27-7-2017		seminar Hasil	
Bulan :			
Bulan :			
Bulan :			

Dosen Pembimbing 1

4/8-17

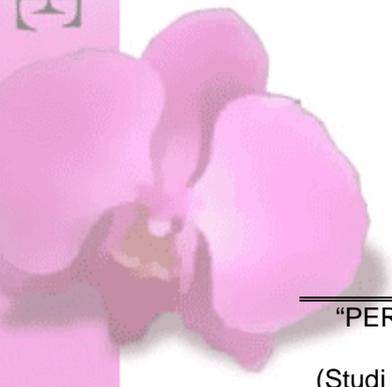
Dosen Pembimbing 2

Catatan:

Bobot Penilaian skripsi oleh pembimbing sebesar 50% dengan kriteria penilaian:

6. Ide/inovasi penelitian
7. Pemahaman konsep/teori
8. Pemahaman Metodologi
9. Kemampuan Analisis

LAMPIRAN



Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional	Indikator	Item	Pernyataan dalam instrumen
Kepercayaan (x_1) <i>Trust</i> atau kepercayaan adalah sebuah kemauan untuk bergantung terhadap rekan yang dapat dipercayai. Dimensi yang digunakan untuk menilai <i>trust</i> adalah persepsi atau kepercayaan terhadap kehandalan dan integritas dari seorang mitra. (Peelen dan Beltman, 2013:11)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peduli terhadap keamanan produk 2. Janji 3. Kualitas layanan dan konsisten 4. Keyakinan 	<ol style="list-style-type: none"> 1a. Kehilangan kartu 1b. Transaksi penipuan 2a. Akses kecepatan data 2b. Ketepatan janji harga promo paket data 3. Kehandala 4a. Merek 4b. Keluarga atau teman 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Operator memberikan fasilitas pemblokiran nomor dan penggantian kartu seluler ketika pelanggan mengalami kehilangan kartu 1b) Operator bertindak cepat dalam menanggapi pesan singkat (<i>SMS</i>) yang mengandung transaksi penipuan seperti "<i>mama minta pulsa</i>" 2a) Operator memberikan akses kecepatan data yang stabil 2b) Operator menepati janji promo mengenai harga paket data 3) Layanan paket data yang ditawarkan operator dapat diandalkan di berbagai tempat 4a) Operator dipilih pelanggan karena pelanggan percaya terhadap merek operator yang terkenal 4b) Operator dipilih pelanggan karena pengalaman dari keluarga atau teman
Komitmen (x_2) Komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterhubungan jangka panjang karena hubungan tersebut dirasa berharga dan memberikan manfaat. Komitmen dapat digambarkan sebagai orientasi pelanggan jangka panjang terhadap hubungan bisnis yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan 2. Peduli kepada pelanggan 3. Memberikan dan memenuhi janji kepada pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Pilihan paket data 1b) Layanan uang elektronik 1c) Layanan <i>upgrade</i> kartu 2a) Layanan keluhan 2b) Pemberian <i>poin reward</i> 2c) Program <i>bundling</i> (paket gabungan <i>smartphone</i> dan paket data 3a) Janji akses kecepatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Operator menyediakan alternatif pilihan paket data sesuai dengan kebutuhan pelanggan 1b) Operator menawarkan kemudahan dengan layanan uang elektronik (<i>T-Cash, Dompetku Indosat, XL Tunai, dll</i>) 1c) Operator menyediakan layanan <i>upgrade</i> kartu gratis. (<i>misal dari kartu jaringan 3G diupgrade ke kartu yang mendukung jaringan 4G</i>) 2a) Operator berkomitmen untuk menyediakan sarana keluhan bagi

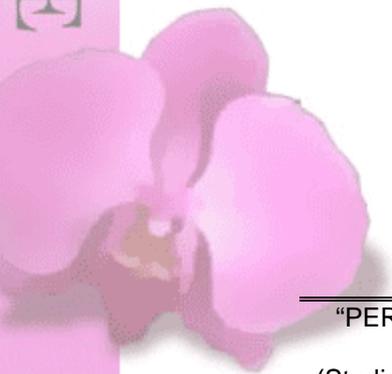
<p>berdasarkan pada keterikatan emosional. (Peelen dan Beltman, 2003:12)</p>			<p>pelanggan (<i>lewat customer service, media sosial, e-mail</i>) 2b) Operator memberikan poin penghargaan untuk ditukar hadiah oleh pelanggan (<i>misal Telkomsel Poin, Poin Senyum Indosat, XL Poin Hadiah</i>) 2c) Operator menawarkan program <i>bundling</i> (paket gabungan berisi <i>smartphone</i> dan paket data) 3a) Janji kecepatan internet <i>download</i> dan <i>upload</i> sesuai dengan pernyataan operator dalam iklan</p>
<p>Penanganan Masalah (x₃) Penanganan masalah adalah kemampuan dari <i>supplier</i> untuk menghindari kemungkinan terjadinya konflik, mengatasi konflik sebelum konflik tersebut berubah menjadi sebuah masalah, dan mendiskusikan solusi secara terbuka ketika sudah terjadi sebuah masalah. (Palmatier, 2008:97)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghindari potensi konflik 2. Menyelesaikan konflik sebelum menjadi masalah 3. Mendiskusikan solusi dengan pelanggan ketika masalah timbul 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Penyampaian informasi dari operator mengenai gangguan 1b) Kemudahan dan kelancaran registrasi paket data 2a) Penyampaian informasi 2b) Penjelasan syarat dan ketentuan 3a) Solusi dalam penyelesaian masalah 3b) Respon <i>customer service</i> 3c) Lokasi kantor galeri operator 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Operator menyampaikan informasi apabila ada gangguan jaringan 1b) Proses registrasi paket data mudah dan tidak ribet 2a) Operator menyampaikan informasi kepada pelanggan ketika paket data yang dibeli akan habis masa berlakunya 2b) Operator menjelaskan syarat dan ketentuan berlangganan paket data 3a) Operator menyediakan <i>customer service</i> yang membantu penanganan masalah pelanggan dan memberikan solusi yang tepat 3b) <i>Customer service</i> menangani masalah dengan ramah dan telaten 3c) Lokasi kantor galeri operator dapat dijangkau dengan mudah
<p>Komunikasi (x₄) Komunikasi sebagai dialog terorganisasi dengan audiens internal</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan informasi yang tepat waktu dan terpercaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Akses informasi 1b) Kelengkapan 1c) Kebenaran informasi 2a) Pemberitahuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Operator menyediakan akses informasi lewat berbagai media (<i>aplikasi smartphone, website, media sosial</i>)

<p>dan eksternal yang sifatnya lebih <i>personalized, customer-oriented, dan technology-driven</i> (Tjiptono, 2008:506)</p>	<p>2. Menyediakan informasi untuk produk baru 3. Selalu memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan</p>	<p>3a) Pilihan nominal isi ulang pulsa 3b) Informasi cara perpanjang paket data 3c) Syarat dan ketentuan</p>	<p>1b) Operator menyampaikan informasi yang lengkap (<i>sisa paket data, masa berlaku paket data</i>) 1c) Operator menyampaikan informasi paket data dengan jujur sesuai kenyataan 2a) Operator menyampaikan pemberitahuan promo paket data yang baru (<i>melalui media sosial, iklan</i>). 3a) Operator menyampaikan informasi pilihan nominal isi ulang pulsa 3b) Operator menjelaskan cara memperpanjang paket data (<i>melalui media sosial, halaman website</i>) 3c) Syarat dan ketentuan layanan paket data diinformasikan dengan jelas dan mudah dipahami</p>
<p>Kepuasan (Z) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. (Kotler, 2009:177)</p>	<p>1. Harga 2. Kinerja 3. Pelayanan</p>	<p>1a) Harga sebanding dengan kualitas layanan 1b) Bonus 2a) Gangguan jaringan 2b) Pemakaian pada jam sibuk 3a) Waktu pelayanan 3b) Akses <i>customer service</i> 3c) Kemudahan perpanjang paket data</p>	<p>1a) Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan data yang diharapkan 1b) Operator memberikan bonus paket data untuk setiap pembelian paket data tertentu 2a) Kinerja jaringan operator jarang mengalami gangguan 2b) Pada waktu jam sibuk pemakaian, kecepatan paket data tidak lemot 3a) Waktu pelayanan <i>customer service</i> selama 24 jam 3b) Pelanggan tidak menunggu lama untuk dapat tersambung pada <i>customer service</i> 3c) Operator menawarkan kemudahan untuk memperpanjang</p>

			paket data secara otomatis
<p>Loyalitas (Y)</p> <p>Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. (Tjiptono et al. 2008:76)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian berulang 2. Konsisten 3. Rekomendasi 4. Reputasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Frekuensi 1b) Jenis paket data yang dibeli 2a) Bergeming dengan tawaran operator lain 2b) Kenaikan harga 2c) Promo paket data 3a) Rekomendasi kepada orang lain 4a) Reputasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1a) Pelanggan melakukan pembelian paket data dengan frekuensi teratur 1b) Pelanggan membeli jenis paket data yang sama setiap bulannya 2a) Pelanggan tetap menggunakan paket data operator meskipun ada tawaran paket data menarik dari operator lain 2b) Jika harga paket data mengalami kenaikan, pelanggan tetap memilihnya 2c) Jika promo paket data yang ditawarkan operator habis, pelanggan tetap memilihnya 3a) Pelanggan merekomendasikan orang lain untuk memilih operator dan paket data yang digunakannya 4a) Pelanggan tetap memilih operator karena reputasinya terkenal

--	--	--	--

Sumber: Diolah (Mei:2017).



	paket data								
5	Layanan paket data yang ditawarkan operator dapat diandalkan di berbagai tempat								
6	Operator dipilih pelanggan karena pelanggan percaya terhadap merek operator yang sudah terkenal								
7	Operator dipilih pelanggan karena pengalaman dari keluarga atau teman								
	Komitmen (x₂)								
1	Operator menyediakan alternatif pilihan paket data sesuai dengan kebutuhan pelanggan								
2	Operator menawarkan kemudahan dengan layanan uang elektronik (<i>T-Cash, Dompotku Indosat, XL Tunai, dll</i>)								
3	Operator menyediakan layanan <i>upgrade</i> kartu gratis. (<i>misal dari kartu jaringan 3G diupgrade ke kartu yang mendukung jaringan 4G</i>)								
4	Operator berkomitmen untuk menyediakan sarana keluhan bagi pelanggan (<i>lewat customer service, media sosial, e-mail</i>)								
5	Operator memberikan poin penghargaan untuk ditukar hadiah oleh pelanggan (<i>misal Telkomsel Poin, Poin Senyum Indosat, XL Poin Hadiah</i>)								
6	Operator menawarkan program <i>bundling</i> (<i>bundling</i> adalah paket gabungan berisi <i>smartphone</i> dan kartu seluler)								
7	Janji kecepatan internet <i>download</i> dan <i>upload</i> sesuai dengan pernyataan operator dalam iklan								
	Penanganan Masalah (x₃)								
1	Operator menyampaikan informasi apabila ada gangguan jaringan								
2	Proses registrasi paket data mudah dan tidak ribet								
3	Operator menyampaikan informasi kepada pelanggan ketika paket data yang dibeli akan habis masa berlakunya								
4	Operator menjelaskan syarat dan ketentuan berlangganan paket data								
5	Operator menyediakan <i>customer service</i> yang membantu penanganan masalah pelanggan dan memberikan solusi yang tepat								
6	<i>Customer service</i> menangani masalah dengan ramah dan telaten								
7	Lokasi kantor galeri operator dapat dijangkau								

	dengan mudah							
	Komunikasi (x₄)							
1	Operator menyediakan akses informasi lewat berbagai media (aplikasi <i>smartphone</i> , <i>website</i> , <i>media sosial</i>)							
2	Operator menyampaikan informasi yang lengkap (<i>sisa paket data</i> , <i>masa berlaku paket data</i>)							
No	Aspek yang dinilai	SKOR						
	Komunikasi (x₄)	1	2	3	4	5	6	7
3	Operator menyampaikan informasi paket data dengan jujur sesuai kenyataan							
4	Operator menyampaikan pemberitahuan promo paket data yang baru (<i>melalui media sosial</i> , <i>iklan</i>).							
5	Operator menyampaikan informasi pilihan nominal isi ulang pulsa							
6	Operator menjelaskan cara memperpanjang paket data (<i>melalui media sosial</i> , <i>halaman website</i>)							
7	Syarat dan ketentuan layanan paket data diinformasikan dengan jelas dan mudah dipahami							
	Kepuasan (Z)							
1	Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan data yang diharapkan							
2	Operator memberikan bonus paket data untuk setiap pembelian paket data tertentu							
3	Kinerja jaringan operator jarang mengalami gangguan							
4	Pada waktu jam sibuk pemakaian, kecepatan paket data tidak lemot							
5	Waktu pelayanan <i>customer service</i> selama 24 jam							
6	Pelanggan tidak menunggu lama untuk dapat tersambung pada <i>customer service</i>							
7	Operator menawarkan kemudahan untuk memperpanjang paket data secara otomatis							
	Loyalitas (Y)							
1	Pelanggan melakukan pembelian paket data dengan frekuensi teratur							
2	Pelanggan membeli jenis paket data yang sama setiap bulannya							
3	Pelanggan tetap menggunakan paket data operator meskipun ada tawaran paket data							

	menarik dari operator lain							
4	Jika harga paket data mengalami kenaikan, pelanggan tetap memilihnya							
5	Jika promo yang ditawarkan operator habis, pelanggan tetap memilihnya							
6	Pelanggan merekomendasikan orang lain untuk memilih operator dan paket data yang digunakannya							
7	Pelanggan tetap memilih operator karena reputasinya terkenal							

