

Perkumpulan Pengelola Pendidikan Malangkuçewara (P3.M)

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

  Tarakreditasi "A", AKUNTANSI, 055/SK/BAN-PT/Akred/S/II/2014  
Tarakreditasi "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 Malangkuçewara 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 &amp; 2</i>	<i>Revisi bab 1 &amp; 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


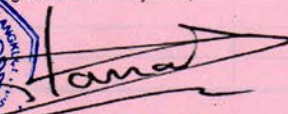
Untuk mahasiswa berikut

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

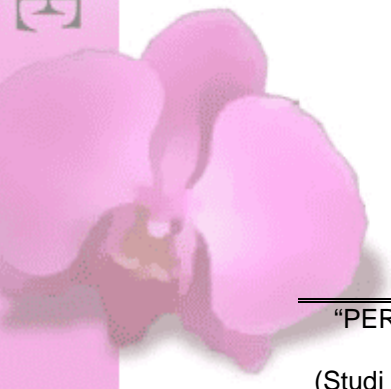
Dosen Pembimbing 2

### 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"> <li>1. Peduli terhadap keamanan produk</li> <li>2. Janji</li> <li>3. Kualitas layanan dan konsisten</li> <li>4. Keyakinan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a. Kehilangan kartu</li> <li>1b. Transaksi penipuan</li> <li>2a. Akses kecepatan data</li> <li>2b. Ketepatan janji harga promo paket data</li> <li>3. Kehandala</li> <li>4a. Merek</li> <li>4b. Keluarga atau teman</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Operator memberikan fasilitas pemblokiran nomor dan penggantian kartu seluler ketika pelanggan mengalami kehilangan kartu</li> <li>1b) Operator bertindak cepat dalam menanggapi pesan singkat (<i>SMS</i>) yang mengandung transaksi penipuan seperti "<i>mama minta pulsa</i>"</li> <li>2a) Operator memberikan akses kecepatan data yang stabil</li> <li>2b) Operator menepati janji promo mengenai harga paket data</li> <li>3) Layanan paket data yang ditawarkan operator dapat diandalkan di berbagai tempat</li> <li>4a) Operator dipilih pelanggan karena pelanggan percaya terhadap merek operator yang terkenal</li> <li>4b) Operator dipilih pelanggan karena pengalaman dari keluarga atau teman</li> </ol>
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"> <li>1. Menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan</li> <li>2. Peduli kepada pelanggan</li> <li>3. Memberikan dan memenuhi janji kepada pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Pilihan paket data</li> <li>1b) Layanan uang elektronik</li> <li>1c) Layanan <i>upgrade</i> kartu</li> <li>2a) Layanan keluhan</li> <li>2b) Pemberian <i>poin reward</i></li> <li>2c) Program <i>bundling</i> (paket gabungan <i>smartphone</i> dan paket data</li> <li>3a) Janji akses kecepatan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Operator menyediakan alternatif pilihan paket data sesuai dengan kebutuhan pelanggan</li> <li>1b) Operator menawarkan kemudahan dengan layanan uang elektronik (<i>T-Cash, Dompetku Indosat, XL Tunai, dll</i>)</li> <li>1c) Operator menyediakan layanan <i>upgrade</i> kartu gratis. (<i>misal dari kartu jaringan 3G diupgrade ke kartu yang mendukung jaringan 4G</i>)</li> <li>2a) Operator berkomitmen untuk menyediakan sarana keluhan bagi</li> </ol>

<p>berdasarkan pada keterikatan emosional. (Peelen dan Beltman, 2003:12)</p>			<p>pelanggan (<i>lewat customer service, media sosial, e-mail</i>)</p> <p>2b) Operator memberikan poin penghargaan untuk ditukar hadiah oleh pelanggan (<i>misal Telkomsel Poin, Poin Senyum Indosat, XL Poin Hadiah</i>)</p> <p>2c) Operator menawarkan program <i>bundling</i> (paket gabungan berisi <i>smartphone</i> dan paket data)</p> <p>3a) Janji kecepatan internet <i>download</i> dan <i>upload</i> sesuai dengan pernyataan operator dalam iklan</p>
<p>Penanganan Masalah (x<sub>3</sub>)</p> <p>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"> <li>1. Menghindari potensi konflik</li> <li>2. Menyelesaikan konflik sebelum menjadi masalah</li> <li>3. Mendiskusikan solusi dengan pelanggan ketika masalah timbul</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Penyampaian informasi dari operator mengenai gangguan</li> <li>1b) Kemudahan dan kelancaran registrasi paket data</li> <li>2a) Penyampaian informasi</li> <li>2b) Penjelasan syarat dan ketentuan</li> <li>3a) Solusi dalam penyelesaian masalah</li> <li>3b) Respon <i>customer service</i></li> <li>3c) Lokasi kantor galeri operator</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Operator menyampaikan informasi apabila ada gangguan jaringan</li> <li>1b) Proses registrasi paket data mudah dan tidak ribet</li> <li>2a) Operator menyampaikan informasi kepada pelanggan ketika paket data yang dibeli akan habis masa berlakunya</li> <li>2b) Operator menjelaskan syarat dan ketentuan berlangganan paket data</li> <li>3a) Operator menyediakan <i>customer service</i> yang membantu penanganan masalah pelanggan dan memberikan solusi yang tepat</li> <li>3b) <i>Customer service</i> menangani masalah dengan ramah dan telaten</li> <li>3c) Lokasi kantor galeri operator dapat dijangkau dengan mudah</li> </ol>
<p>Komunikasi (x<sub>4</sub>)</p> <p>Komunikasi sebagai dialog terorganisasi dengan audiens internal</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan informasi yang tepat waktu dan terpercaya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Akses informasi</li> <li>1b) Kelengkapan</li> <li>1c) Kebenaran informasi</li> <li>2a) Pemberitahuan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Operator menyediakan akses informasi lewat berbagai media (<i>aplikasi smartphone, website, media sosial</i>)</li> </ol>

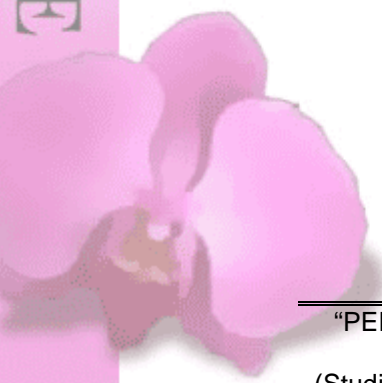
<p>dan eksternal yang sifatnya lebih <i>personalized, customer-oriented, dan technology-driven</i> (Tjiptono, 2008:506)</p>	<p>2. Menyediakan informasi untuk produk baru 3. Selalu memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan</p>	<p>3a) Pilihan nominal isi ulang pulsa 3b) Informasi cara perpanjang 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><b>Kepuasan (Z)</b> 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><b>Loyalitas (Y)</b></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"> <li>1. Pembelian berulang</li> <li>2. Konsisten</li> <li>3. Rekomendasi</li> <li>4. Reputasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Frekuensi</li> <li>1b) Jenis paket data yang dibeli</li> <li>2a) Bergeming dengan tawaran operator lain</li> <li>2b) Kenaikan harga</li> <li>2c) Promo paket data</li> <li>3a) Rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4a) Reputasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1a) Pelanggan melakukan pembelian paket data dengan frekuensi teratur</li> <li>1b) Pelanggan membeli jenis paket data yang sama setiap bulannya</li> <li>2a) Pelanggan tetap menggunakan paket data operator meskipun ada tawaran paket data menarik dari operator lain</li> <li>2b) Jika harga paket data mengalami kenaikan, pelanggan tetap memilihnya</li> <li>2c) Jika promo paket data yang ditawarkan operator habis, pelanggan tetap memilihnya</li> <li>3a) Pelanggan merekomendasikan orang lain untuk memilih operator dan paket data yang digunakannya</li> <li>4a) Pelanggan tetap memilih operator karena reputasinya terkenal</li> </ol>

--	--	--	--

Sumber: Diolah (Mei:2017).



## KUESIONER

**PERAN RELATIONSHIP MARKETING DALAM MEMBANGUN  
LOYALITAS MELALUI KEPUASANPELANGGAN**

(Studi pada pelanggan paket data di lingkungan STIE Malangkuçeçwara)

Usia : .....tahun

Jenis Kelamin : L / P

(lingkari salah satu)

Mahasiswa Angkatan :  2013       2015  
 2014       2016

Operator yang digunakan untuk paket data:  Telkomsel     Tri  
 (pilih salah satu)                                     Indosat       XL, Axis  
 Smartfren

Selama menggunakan kartu seluler, pernahkah mengganti kartu ? Jika iya berapa kali?

1 kali                                     > 2 kali  
 2 kali                                     Tidak pernah

Berapa kira-kira pengeluaran pulsa untuk berlangganan paket data per bulan?

< Rp 50.000                                     Rp 100.000-200.000  
 50.000 – Rp 100.000                                     >Rp 200.000

Berapa lama Anda menjadi pelanggan kartu seluler yang saat ini digunakan?

< 6 bulan                                     1-2 tahun  
 6 bulan -1 tahun                                     > 2 tahun

**SKOR** diberikan dengan

ketentuan :

**SKOR 1** untuk jawaban **SANGAT TIDAK**

**SETUJU**

sampai dengan **SKOR 7** untuk **SANGAT SETUJU**

No	Aspek yang dinilai	SKOR						
		1	2	3	4	5	6	7
	<b>Kepercayaan (x<sub>1</sub>)</b>							
1	Operator memberikan fasilitas pemblokiran nomor dan penggantian kartu seluler ketika pelanggan mengalami kehilangan kartu							
2	Operator bertindak cepat dalam menanggapi pesan singkat (SMS) yang mengandung transaksi penipuan seperti “ <i>mama minta pulsa</i> ”							
3	Operator memberikan akses kecepatan data yang stabil							
4	Operator menepati janji promo mengenai harga							



	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								
	<b>Komitmen (x<sub>2</sub>)</b>								
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								
	<b>Penanganan Masalah (x<sub>3</sub>)</b>								
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							
	<b>Komunikasi (x<sub>4</sub>)</b>							
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>siswa paket data</i> , <i>masa berlaku paket data</i> )							
<b>No</b>	<b>Aspek yang dinilai</b>	<b>SKOR</b>						
	<b>Komunikasi (x<sub>4</sub>)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
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							
	<b>Kepuasan (Z)</b>							
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							
	<b>Loyalitas (Y)</b>							
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							

