

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN HARGA
(Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:
RULIYA FIRDAUS YUNARYA
NIM. 19.52.11.109**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN HARGA
(Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)**

SKRIPSI

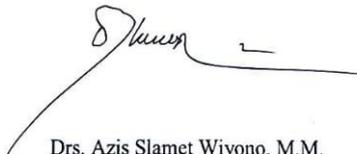
Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

Ruliya Firdaus Yunarya
19.52.11.109

Surakarta, 6 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 195908121986031002

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : RULIYA FIRDAUS YUNARYA
NIM : 19.52.11.109
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA (Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)"

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 April 2023



Ruliya Firdaus Yunarya

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : RULIYA FIRDAUS YUNARYA
NIM : 19.52.11.109
PROGAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul "PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA (Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)"

Dengan ini saya menyatakan bahwa benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari responden pelanggan Indosat Ooredoo wilayah kabupaten Klaten. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 April 2023



Ruliya Firdaus Yunarya

Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Ruliya Firdaus Yunarya

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

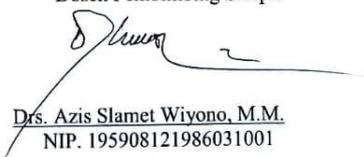
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ruliya Firdaus Yunarya NIM: 19.52.11.109 yang berjudul :

“PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA (Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 6 April 2023
Dosen Pembimbing Skripsi


Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 195908121986031001

PENGESAHAN

**PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN,
DAN HARGA
(Studi Kasus pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)**

Oleh:

RULIYA FIRDAUS YUNARYA
NIM. 19.52.11.109

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Selasa tanggal 02 Mei 2023 M / 11 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Prof. Drs. H. Sri Walyoto, M.M., Ph.D.
NIP. 19561011 198303 1 002



Penguji II
Purwono, M.Si.
NIP. 19860204 201801 1 002



Penguji III
Moh. Rifqi Khairul Umam, S.E., M.M
NIP. 19890102 201403 1 002



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

“Fortis fortuna adiuvat, Nulla tenaci invia est viaati”

Muliakanlah Orangtuamu, Maka Allah akan Memuliakanmu

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum,

kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri”

-Q.S Ar Ra'd: 11

"Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya

bersama kesulitan itu ada kemudahan."

-QS Al-Insyirah/94:5-6-

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap doa & cinta karya yang sederhana ini untuk:

1. Orang tua tercinta Bapak Sunarya dan Mamah Yuniatun yang selalu melantunkan doa, memberi dukungan, semangat, kasih sayang, bimbingan, motivasi, yang tak bisa dinilai besarnya.
2. Keluarga tercinta teman-teman seperjuangan MBS C. Terimakasih untuk seluruh kegilaan, kekompakan, motivasi, kalian selama ini. Saya merasa bersyukur dapat mengenal kalian di perkuliahan ini.
3. Keluarga tercinta teman-teman seperjuangan MBS C angkatan 2019. Terimakasih dukungan dan kekompakan kalian selama ini. Saya bersyukur bisa mengenal kalian.
4. Kakak ku Anisa Firdaus Yunarya menemani dalam keadaan apapun, menjadi support yang selalu ada. Saya selalu berterimakasih dalam bentuk dukungan maupun doa.
5. Teman saya (Via, Vena, Anja, Pingky, Amal, Kiki, dan Fitri) yang senantiasa menemani dari awal perkuliahan.
6. Almamater tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan sarana untuk mengembangkan diri lewat akademisi dan organisasi. Semoga Allah SWT senantiasa melindungi, membalas kebaikan hati dan memudahkan segala urusannya.
7. Untuk diriku sendiri, terima kasih telah berjuang sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu' alaikum Wr. Wb

Segala syukur & puji untuk Allah SWT yang sudah memberi hidayah, karunia, & rahmat-Nya, sehingga penulis bisa menuntaskan skripsi dengan judul “PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA” (Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten). Skripsi ini dibuat guna menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Penulis sadar sepenuhnya, sudah memperoleh bimbingan, dukungan, & dorongan dari banyak pihak yang sudah menyisihkan tenaga, waktu, pikiran & sebagainya. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terima kasih ke:

1. Prof Dr. Mudofir, S.Ag.,M.Pd dengan selaku Rektor Universitas Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, SHI, MSI selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Zakky Fahma Auliya, SE, MM selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M. Wiyono, M.M., selaku dosen

Pembimbing Proposal yang sudah memberi banyak bimbingan & perhatian selama penulis menyelesaikan proposal.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta yang sudah memberi wawasan yang berguna untuk penulis.
7. Ibu & Bapakku, terimakasih atas cinta, doa, & pengorbanannya yang takpernah usai, kasih sayangmu tak bakal aku lupakan.
8. Sahabat–sahabatku & teman-teman angkatan 2019 yang sudah memberi semangat & keceriaan ke penulis selama penulis mengenyam pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap seluruhnya tiada kiranya penulis bisa membalas seluruhnya, hanyalah doa & puji syukur ke Allah SWT, semoga memberi balasan kebaikan ke semuanya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 6 April 2023

Ruliya Firdaus Yunarya

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out how product quality, service quality, & price influence customer loyalty for Indosat Ooredoo products in Klaten Regency. The sample used is non-probability sampling using a purposive sampling technique of 100 respondents who are Indosat Ooredoo customers in Klaten Regency. Quantitative research method using a questionnaire as a data collection tool used in this study.

The findings from this research are that the product quality variable has a tcount greater than ttable, namely $3.328 > 1.983$ & a significance value of 0.001 or less than 0.05. The service quality variable has a tcount value greater than the table, namely $2.504 > 1.983$ and a significance value of 0.014 or 0.05 smaller. For the price variable, it has a tcount greater than ttable, namely $2.712 > 1.983$ and a significance value of 0.008 or less than 0.05.

Based on the results of the tests that have been carried out, it is stated that product quality is the variable that has the highest impact on customer loyalty. This is because product quality has a greater tcount than other variables. And from the findings of this test it can be concluded that product quality, service quality, & price individually have a significant impact on Indosat Ooredoo customer loyalty. Suggestions from researchers are to stay focused on product quality because customers are very concerned about the quality of their products..

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Price, Customer Loyalty*

ABSTRAK

Tujuan studi ini adalah guna mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, & harga ke loyalitas pelanggan produk Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten. Sampel yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 100 responden yang menjadi pelanggan Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten. Metode penelitian kuantitatif dengan memakai angket sebagai alat pengumpulan data dipakai dalam studi ini.

Temuan dari studi ini variabel kualitas produk memiliki t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,328 > 1,983$ & nilai signifikansinya 0,001 atau lebih kecil dari 0,05. Variabel kualitas layanan mempunyai nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,504 > 1,983$ dan nilai signifikansinya sebesar 0,014 atau lebih kecil 0,05. Untuk variabel harga memiliki t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,712 > 1,983$ dan nilai signifikansinya 0,008 atau lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menyatakan bahwa kualitas produk ialah variabel yang memiliki dampak yang paling tinggi ke loyalitas pelanggan. Hal ini dikarenakan kualitas produk memiliki t_{hitung} lebih besar dari variabel lainnya. Dan dari temuan uji ini bisa diambil simpulan jika kualitas produk, kualitas layanan, & harga secara individu berdampak secara signifikan ke loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo. Saran dari peneliti adalah tetap fokus pada kualitas produk karena pelanggan sangat memperhatikan kualitas produknya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	ii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat Penelitian.....	8
1.7. Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kajian Teori.....	10
2.1.1. Loyalitas Pelanggan	10
2.1.2. Kualitas Produk	12
2.1.3. Kualitas Layanan	14
2.1.4. Harga	15

2.2.	Kerangka Berpikir	16
2.3.	Hipotesis	17
2.4.	Model Penelitian.....	20
2.5.	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....		22
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	22
3.2.	Jenis Penelitian	22
3.3.	Populasi dan Sampel	22
3.3.1.	Populasi	22
3.3.2.	Sampel.....	23
3.4.	Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5.	Data dan Sumber Data.....	28
3.5.1.	Data Primer.....	28
3.5.2.	Data Sekunder	28
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	28
3.7.	Variabel Penelitian	29
3.7.1.	Variabel Dependen	29
3.7.2.	Variabel Independen.....	29
3.8.	Definisi Operasional Variabel	29
3.9.	Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.9.1.	Uji Validitas	32
3.9.2.	Uji Reliabilitas.....	33
3.10.	Teknik Analisis Data	33
3.11.	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.1.	Uji Kelayakan Model	35
3.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.3.	Uji Parsial.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		38
4.1.	Gambaran Umum Penelitian	38
4.1.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.1.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39

4.1.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.4.	Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	40
4.1.5.	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Indosat Ooredoo	42
4.2.	Uji Instrumen Penelitian.....	42
4.2.1.	Uji Validitas	42
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	44
4.3.	Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1.	Uji Normalitas	45
4.3.2.	Uji Multikolinearitas	46
4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas	47
4.3.4.	Uji Kelayakan Model	48
4.3.5.	Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.3.6.	Uji Parsial (Uji t)	52
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	53
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	54
4.4.3.	Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan	55
	BAB V PENUTUP.....	57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Keterbatasan Penelitian	57
5.3	Saran-Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal.....	46
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Indosat Ooredoo	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	17
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penyataan Kuisisioner Penelitian	70
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	76
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Responden.....	86
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	88
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	91
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Lampiran 7 Hasil Uji F	93
Lampiran 8 Hasil Koefesien Determinasi	93
Lampiran 9 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	93
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	94
Lampiran 11 Jadwal Penelitian	95
Lampiran 12 Bukti Cek Plagiarisme	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang, kemajuan IPTEK menuntut adanya kelancaran komunikasi. Manusia berinteraksi satu sama lain melalui komunikasi, misalnya antara orang tua dengan anaknya, guru dengan murid, atau dosen dengan mahasiswa. Setiap orang dapat memperoleh akses informasi dengan cepat dan mudah berkat kemajuan teknologi seperti internet.

Akibatnya persaingan dunia usaha semakin ketat, khususnya di sektor jasa dan perdagangan. Perusahaan memerlukan berbagai strategi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan (Warere & Mandagie, 2022). Perusahaan yang dianggap sebagai yang terdepan adalah perusahaan yang mampu melakukan inovasi produknya guna mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan di samping mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi yang sudah ada dan memanfaatkan peluang yang sudah ada (Yuliana, 2017). Loyalitas dari konsumen sangatlah krusial untuk perusahaan yang ingin mempertahankan usaha ataupun keberlangsungan aktivitas usahanya tetap berjalan (Faradila & Suseno, 2021).

Pengenalan bisnis seluler di Indonesia dilakukan oleh PT. Telkomsel dan PT. Indosat yang kaitannya dengan GSM (*World wide Framework for Portable Correspondence*), yakni. Pertumbuhan operator selular tergolong pesat dan cepat berkembang karena iklim yang sangat kondusif bagi perusahaan operator selular. Namun dari daripada itu terdapat 3 operator yang mempunyai pangsa pasar lebih dari 5% diantaranya yakni peringkat pertama ditempati oleh Telkomsel, peringkat

kedua oleh Indosat, dan peringkat ketiga oleh *Excelcomindo*. Kompetisi operator selular semakin intensif. PT. Indosat & PT. Telkomsel memiliki jangkauan nasional, sedangkan PT. *Excelcomindo* mempunyai jangkauan hampir di semua wilayah terkecuali Maluku (Haryanto, 2012).

Perkembangan PT. Indosat terus meningkat hal ini disertai dengan banyaknya prestasi dan penghargaan yang diperolehnya. Prestasi dan penghargaan termasuk dinobatkan sebagai *The Best Contact Center 2009* untuk *contact center*-nya. Penghargaan ini merupakan bentuk penghargaan bagi perusahaan yang menghargai pelanggannya dengan baik dan sebagai bentuk PT. Indosat untuk dapat menawarkan layanan *call center* yang berkualitas. .Indosat *Contact Center* saat ini mempekerjakan 1.500 petugas atau agen yang bekerja enam shift per hari dan tersedia tujuh hari seminggu. Layanan melalui Indosat Contact Center telah dilakukan tanpa henti dari awal untuk melayani pelanggan Indosat secara luas yang mencapai 36,5 juta pada akhir tahun 2008. Kinerja *call center* dievaluasi dalam penghargaan ini berdasarkan tiga dimensi: akses, sistem dan manusia. Kontak layanan *Access* memiliki 3 atribut KPI (*Key Performance Indicator*) yang diukur, yaitu *system enjoying* dan *service standard consistency*. Kualitas produk, menurut Kotler & Armstrong (2001), kemungkinan merupakan senjata penting untuk mengalahkan pesaing. Akibatnya, perusahaan yang akan sukses ialah perusahaan yang menghasilkan produk terbaik, dan perusahaan ini pada akhirnya akan mencapai kesuksesan nyata dibandingkan yang lain. Perusahaan dianggap telah memberikan kualitas ketika produk / layanan penjual melebihi harapan pelanggan. Perusahaan diharapkan untuk fokus pada kualitas produk dan layanan mereka dan

kemudian membandingkannya dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan lain (Haryanto, 2012).

Pelanggan selalu mendapatkan informasi kualitas layanan produk terkini dari PT Indosat Ooredoo. Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan perusahaan untuk memenuhi keinginan pembeli. Kualitas layanan dianggap sebagai standar setinggi mungkin jika memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Pelanggan dapat mengunduh aplikasi MyIM3 untuk smartphone, mengunjungi website di <https://indosatooredoo.com/>, atau mengakses informasi mengenai produk ini dengan menekan *123#. Tim Performance Monitoring menjalankan pengecekan jaringan yang lebih menyeluruh melalui Command Center bahkan sebelum gangguan berdampak pada konsumen, & tim Customer Service bisa menjalankan pengawasan jaringan dengan reaktif yang membuat permasalahan bisa segera diselesaikan.

Pelanggan Indosat Ooredoo dapat menggunakan akses ini untuk mengetahui berbagai harga paket data internet untuk layanannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2011), istilah “harga” secara sempit mengacu pada harga jasa / produk yang dijual. Harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditempatkan konsumen pada keunggulan suatu produk atau layanan.

Kabupaten Klaten berada di Provinsi Jawa Tengah secara administratif. Kabupaten Klaten terletak di antara dua wilayah perkotaan besar, yakni Surakarta & Yogyakarta. Perkembangan internal Kabupaten Klaten juga dipengaruhi oleh perkembangan fisik kawasan yang pesat di Kota Surakarta dan Kota Yogyakarta. Secara geografis Kabupaten Klaten mempunyai luas 655,6 Km² (Roseana et al.,

2019).

Sehingga dari letak geografis yang cukup strategis membuat Kabupaten Klaten menjadi kota yang potensial bagi investor menanam modal tak terkecuali bagi penyedia jasa komunikasi. Sektor perindustrian Kabupaten Klaten merupakan sektor potensial untuk dikembangkan. Jenis industri terbagi menjadi 3, yakni industri kecil, industri besar-menengah, dan perusahaan. Jumlah industri mengalami peningkatan sebesar 24 unit menjadi 35.791 unit pada tahun 2004 dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 145.263 orang dan nilai produksi mencapai 2.700.606.850 rupiah. Industri besar menengah juga mengalami peningkatan sebanyak 100 unit sehingga menjadi 35.867 unit (2004) dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 156.388 orang dan nilai produksi mencapai 3.362.176.823 rupiah. Perusahaan memiliki jumlah yang sangat kecil yaitu hanya sebesar 126 unit (2004) dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 11.125 orang (Sigit, 2011), yang semakin menegaskan arah pertumbuhan Kabupaten Klaten sebagai lokasi yang potensial bagi perusahaan jasa komunikasi untuk mengisi pasar komunikasi di daerah klaten.

Banyak peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian loyalitas pelanggan. Namun demikian, hasil penelitian ini masih menghasilkan hasil yang berbeda, terutama terkait dengan variabel harga. Dari berbagai hasil ini, peneliti ingin mengkaji ulang pada variabel tersebut

Dari studi (Cardia et al., 2019) dapat di ambil kesimpulan pengaruh hubungan antara kualitas produk & loyalitas pelanggan. Kualitas produk berpengaruh signifikan & positif terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini artinya makin tinggi kualitas produk berakibat makin tinggi kesetiaan konsumen. Bisa

dibuktikan jika kualitas produk berdampak ke loyalitas pelanggan secara langsung. Hal ini menunjukkan jika makin tinggi kualitas produk yang di berikan berakibat semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan pernah dilakukan oleh (Tiong, 2018). Temuan studi menemukan jika kualitas layanan mempunyai dampak besar ke kelayaitasan konsumen. Studi tentang ini sudah pernah (Novianti et al., 2018) lakukan. Dari temuan studi dan pembahasan, maka simpulan yang bisa diambiladalah bahwa kualitas layanan secara langsung berpengaruh signifikan & positif ke kelayaitasan pelanggan. Penelitian tentang harga terhadap loyalitas pelanggan pernah dilakukan oleh (Farisi & Siregar, 2020). Temuan studi tersebut menunjukkan jika di variable harga terdapat pengaruh signifikan & positif ke loyalitas pelanggan.

Dalam keterkaitan harga atas kesetiaan konsumen yang diteliti (Widnyani et al., 2020). Temus studinya mengemukakan jika harga mempunyai dampak positif signifikan & positif ke loyalitas pelanggan. Lalu dalam studi (Saputri et al., 2021), mengenai pengaruh harga, terhadap loyalitas pelanggan. Temuan penelitian ini menemukan jika harga tak berdampak besar ke kesetiaan konsumen. Berdasar pada *research gap* tersebut, peneliti hendak mengkaji ulang harga terhadap loyalitas konsumen.

Obyek studi ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kabupaten Klaten yang menggunakan produk Indosat Ooredoo. Karena pengguna Indosat Ooredoo merupakan pengguna jasa layana kedua terbanyak setelah Telkomsel diurutan pertama. Kualitas produk, kualitas layanan dan harga merupakan hal yang

baik dan dibutuhkan untuk mencapai loyalitas pelanggan. Akibat adanya hal tersebut peneliti ingin menjalankan studi dan menguji kualitas produk, kualitas layanan & harga mempengaruhi kesetiaan konsumen Indosat Ooredoo Klaten, dengan judul “PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA”. (Studi kasus pada pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten).

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasar pada latar belakang yang sudah dijabarkan, identifikasi masalahnya ialah:

1. Tantangan bagi perusahaan adalah membuat pelanggan tetap setia dan mencegah mereka beralih ke operator lain dengan membuat produk berkualitas tinggi, meningkatkan layanan pelanggan, dan menurunkan harga sehingga pelanggan tetap bertahan dengan perusahaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh pada hubungan harga atas loyalitas pelanggan oleh (Widnyani et al., 2020). Temuannya menunjukkan jika harga berpengaruh signifikan & positif ke kelayaitas pelanggan. Sedangkan penelitian oleh Saputri (2021) mengenai pengaruh harga, terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menemukan bahwa harga tak berdampak besar ke kesetiaan konsumen. Perbedaan hasil penelitian ini menarik untuk di uji kembali pada lokasi dan populasi yang berbeda.

1.3. Batasan Masalah

Penulis berpendapat jika masalah studi yang diungkit harus diberi pembatasan dari segi variabel supaya studi ini bisa dijalankan secara tepat,

mendalam & fokus. Oleh selain itu, penulis hanya membatasi berkaitan dengan “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo”. Kualitas produk, pelayanan dan harga dipilih sebab diyakini bisa mengarahkan pelanggan untuk lebih tahu mengenai produk yang ditawarkan sehingga mendorong konsumen untuk tetap setia dengan produk tersebut.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah diuraikan, terdapat sejumlah rumusan masalah yakni:

1. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk Indosat Ooredoo?
2. Apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk Indosat Ooredoo?
3. Apakah harga produk mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk Indosat Ooredoo?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Guna menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.
2. Guna menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.
3. Guna menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Kajian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan pembaca dan dapat dimanfaatkan sebagai sumber data dan referensi tambahan atau kelanjutan dari penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Memberi bukti empiris & informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan & produk & harga ke kelayakitan konsumen sebagai bahan masukan untuk perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Guna memberi perkiraan pasti dan inklusif terkait penulisan riset maka dibentuk sistematika penulisan yang mencakup lima bab atau bagian dengan sistematika antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini tersusun atas sejumlah subbab yakni Latar belakang , identifikasi, batasan, rumusan permasalahan, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, & sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjabarkan teori yang dipakai, studi sebelumnya yang sesuai dengan studi yang dijalankan, kerangka berfikir, & hipotesis studi.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai waktu studi & lokasi studi, jenis studi, sampel, populasi, teknik mengambil sampel, data & sumber data, definisi operasional variabel, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, teknik analisis data, & analisis regresi linear.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini mengulas tentang gambaran besar studi, pengujian & temuan analisis data, & penjabaran analisis data (pembuktian hipotesis).

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan simpulan yang diperoleh dari temuan penelitian, batasan studi, & anjuran bagi studi berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Loyalitas Pelanggan

Customer loyalty adalah gambaran seseorang yang terikat pada suatu barang tertentu, mengingat aktivitas yang dilakukan berulang-ulang hanya untuk selalu membeli barang yang sama. Griffin (2008) menyatakan bahwa loyalitas lebih merujuk pada perwujudan tindakan dari unit dalam mengambil keputusan agar dapat dilakukannya pembelian secara berulang-ulang terhadap apa yang ditawarkan perusahaan terpilih (Ramadhan et al., 2021).

Kotler dan Keller (2009) menyatakan antusiasme pelanggan terhadap produk & layanan yang ditawarkan menggambarkan loyalitas pelanggan sebagai komponen penting untuk mempertahankan bisnisnya. Loyalitas, seperti yang didefinisikan oleh Oliver (2010), merupakan kepercayaan dari konsumen untuk bertahan cukup lama, membeli produk berulang kali baik yang dibeli dan dipilih secara konsisten dari waktu ke waktu, terlepas dari kenyataan bahwa keadaan dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk mengubah perilaku pelanggan (Ramadhan et al., 2021).

Loyalitas pelanggan, seperti yang didefinisikan oleh Tjiptono (2012), adalah kepercayaan pelanggan atas pemasok, toko, merek yang didasarkan pada sikap baik dan menunjukkan dirinya dalam transaksi yang konsisten dan berulang. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang mendalam dari pelanggan untuk membeli barang atau jasa tertentu berulang kali, meskipun pengaruh situasional dan

upaya pemasaran dapat mengubah perilaku (Hurriyati, 2005). Kesetiaan pembeli terjadi dalam beberapa tahap. Fase ini dimulai dari : 1) Loyalitas yang didasarkan hanya pada keyakinan merek atau loyalitas kognitif (*cognitive loyalty*). 2) Loyalitas afektif (*affective loyalty*) yakni perilaku ke merek didasari oleh kesempatan memakai kepuasan kumulatif. 3) Loyalitas konatif (*conative loyalty*) yang memperlihatkan situasi loyalitas yang berisi apakah pada kehadiran pertama menunjukkan komitmen mendalam untuk bertransaksi. 4) Loyalitas tindakan (*action loyalty*), di mana niat direalisasikan ke aksi (Oliver, 2010). Aspek-aspek yang berpengaruh ke loyalitas konsumen ialah: 1) sistem pengiriman produk tepat waktu, 2) persaingan, 3) kinerja/prestasi karyawan, 4) hubungan harga dengan nilai, 5) citra perusahaan/ produk/ merek, 6) *performa* produk/jasa dan 7) hubungan kepuasan dengan konsumen (Gultom et al., 2020).

Pelanggan yang setia merupakan sumber daya krusial untuk perusahaan, yang bisa dilihat melalui ciri yang dimiliki. (Griffin, 2010) menyatakan terdapat 4 karakteristik konsumen setia yakni: dan 1) Memerlihatkan kekebalan dari daya tarik produk serupa dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*), 2) Memberikan rekomendasi produk lain (*Refers other*), 3) Membeli di luar lini produk/jasa (*Purchases across product and services lines*), 4) Melakukan transaksi terus menerus (*Makes regular repeat purchases*) (Gultom et al., 2020).

Menurut Aaker (1997) dalam (Sasongko, 2021), terdapat 5 metode dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan:

1. Perlakukan mereka sebagaimana mereka ingin diperlakukan. Untuk menjaga loyalitas mereka, perusahaan perlu memperhatikan apa yang mereka inginkan dan harapkan dari kinerja produknya.
2. Selalu dekat dengan pelanggan, yang mana modal berharga sebab memungkinkan perusahaan untuk dengan cepat mengidentifikasi harapan pelanggan.
3. Mengukur kepuasan pelanggan, hal tersebut sangat penting untuk dijadikan masukan yang berarti, dan harus dilaksanakan secara kontinu dan bertahap pada setiap dekade guna mengetahui sikap pelanggan khususnya terkait dengan kesetiiaannya.
4. Membuat biaya peralihan berupa pemberian diskon yang mana harga yang telah ditetapkan dapat berkurang dengan cara negosiasi dengan pertimbangan khusus bagi para pelanggan yang setia
5. Memberikan bonus, yakni memberikan hadiah yang membuat pelanggan merasa dihargai & diperhatikan, yang pada akhirnya dapat mengikat mereka agar tetap loyal dan setia.

2.1.2. Kualitas Produk

Kualitas ialah kapasitas yang jasa/produk berikan untuk mengatasi kebutuhan atau keinginan pembeli. Menurut Tjiptono (2010:95) Kualitas produk ialah hal yang bisa perusahaan tawarkan ke pelanggan sehingga dapat dikonsumsi, digunakan, dibeli, dicari, diminta, & diperhatikan, sebagai sarana pencukupan hasrat pelanggan. Berdasar pada pengetahuan tersebut, dapat ditarik kesimpulan jika kualitas produk ialah kapasitas produk guna memuaskan atau memenuhi

persyaratan pelanggan. (Soleh & Wahyuni, 2018).

Perusahaan wajib mengerti aspek yang pelanggan gunakan dalam membedakan produk satu dengan pesaing jika ingin mempertahankan keunggulan pasarnya (Ali,2009). Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler dan Keller (2006), unsur-unsur kualitas produk adalah: (1) kinerja, yang terkait dengan ciri operasi fundamental suatu produk; 2) daya tahan (*durability*), yang mengacu pada lamanya suatu produk bisa bertahan. Semakin penting frekuensi pemakaian produk oleh pelanggan, makin penting daya tahan produk tersebut; (3) kesesuaian terhadap spesifikasi, atau kepatuhan terhadap spesifikasi, mengacu pada sejauh mana ciri operasional dasar suatu produk memenuhi persyaratan yang ditentukan pelanggan atau bebas dari cacat; 4) keistimewaan (*features*) ialah ciri produk yang dimaksudkan dalam meningkatkan fungsinya / menarik minat pelanggan; (5) Keandalan adalah kemungkinan jika produk bakal berfungsi dengan baik / tidak pada jangka waktu yang telah ditentukan. Makin andal suatu produk, semakin kecil kemungkinannya untuk rusak; (6) Estetika (estetika) adalah ilmu yang mempelajari bagaimana bentuk, rasa, bau, dan penampilan suatu produk dipersepsikan oleh konsumen; (7) Kualitas yang dirasakan, juga dikenal sebagai efek penggunaan pengukuran tidak langsung karena kemungkinan pelanggan tidak memahami produk atau tidak cukup mengetahuinya (Winarno et al., 2018).

Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan kualitas produk sebagai kapasitas produk dalam menjalankan perannya, termasuk kekuatan secara umum, ketergantungan, ketepatan, kesederhanaan aktivitas, dan memperbaiki produk dan juga atribut lainnya. Sedangkan menurut Wijaya (2011), kualitas produk adalah

hasil dari keseluruhan karakteristik produk bagian pemasaran, & temuan rekayasa & pemeliharaan produksi, yang membuat barang bisa dipakai dengan keperluan pelanggan (Ibrahim & Thawil, 2019).

Kualitas produk, seperti yang didefinisikan oleh Tiptono & Chandra (2016), ialah kapasitas produk dalam menepati ekspektasi pelanggan. Pelanggan akan merasa tidak puas bila jasa produk yang diperoleh sesuai dengan harapan pelanggan, tetapi konsumen bakal senang bila jasa produk yang diperoleh memenuhi atau melebihi harapan tersebut (Tjiptono & Diana, 2018).

Menurut Haris & Welsa (2018) juga menyatakan bahwa kualitas Produk memiliki beberapa indikator diantaranya adalah: Reliabilitas (*Reliability*), Daya tahan (*Durability*) dan kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specification*) (Mahira et al., 2021).

2.1.3. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan telah mendapat perhatian yang meningkat dari khusus dalam literatur pemasaran jasa. Kualitas layanan didefinisikan sebagai adaptasi terhadap tuntutan klien dalam menyampaikan sebuah layanan. Pendapat lain menyatakan bahwa kualitas pelayanan digambarkan sebagai hasil dari evaluasi kualitas keseluruhan klien ke penyedia layanan dengan membandingkan harapan klien dan kualitas yang mereka peroleh (Dam & Dam, 2021).

Tujuan dari prinsip kualitas pelayanan adalah untuk memenuhi harapan pelanggan dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kualitas layanan dicapai dengan memenuhi dan melampaui harapan pelanggan dengan mengendalikan kebutuhan dan keinginan mereka (Soleh & Wahyuni, 2018).

Pelanggan biasanya akan menggunakan berbagai dimensi penilaian untuk mengevaluasi kualitas layanan perusahaan. Dari berbagai dimensi tersebut dapat dikelompokkan menjadi lima dimensi utama, yaitu dimensi Kendala, Bukti Langsung, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian atau Empati (Nikmah & Ar-Rasyid, 2020).

DeLone & McLean (2003), menjabarkan kualitas layanan ialah pelayanan yang perusahaan berikan untuk konsumen seperti pembaruan aplikasi, & testimoni pengembang terkait jika terdapat permasalahan di dalam aplikasi. Kualitas layanan yaitu keseluruhan pendukung yang disampaikan oleh pengembang sistem kepada pengguna dengan pemberian jaminan ketanggapan, empati, kenyamanan, keamanan dalam memenuhi harapan konsumen. Jika kualitas layanan yang diberikan maksimal, otomatis kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Jika konsumen senang dengan pelayanan yang difasilitasi, maka konsumen selalu menggunakannya secara berkelanjutan. Kualitas layanan memiliki tiga indikator, yaitu responsif, penjaminan, dan rasa empati (Amarin & Wijaksana, 2021).

2.1.4. Harga

Keberhasilan pemasaran suatu produk ditentukan oleh harga yang berperan penting dalam menentukan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), Biaya suatu produk atau nilai yang diberikan kepada pelanggan sebagai imbalan atas manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan itulah yang dimaksud dengan istilah "harga".

Harga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang selalu dapat disesuaikan karena kesepakatan umum, sehingga dapat berubah sewaktu-waktu.

Harga tidak sekedar angka atau nominal yang ada di label kemasan, namun harga memiliki beragam rupa & banyak fungsinya seperti ongkos, tarif, upah, sewa tempat, pembayaran jasa, dan gaji. Kotler dan Keller mengklaim (2014: 67), “Biaya adalah salah satu komponen dari paduan tampilan yang menghasilkan bayaran, komponen yang berbeda menciptakan biaya. Harga adalah bagian termudah dari strategi pemasaran untuk diubah, tetapi mengubah fitur produk, saluran distribusi, dan bahkan komunikasi memakan waktu lama (Saputri, 2019).

Widjojo dkk. (2017: 151) berpendapat jika, harga dapat dipahami sebagai diskon dari keuntungan, nilai yang harus diciptakan, / promosi pembelian pelanggan atas suatu produk atau jasa. Pembayaran dapat berupa uang, barang, layanan atau layanan, bantuan dan bantuan pihak lain (Insani & Madiawati, 2020).

Indikator harga menurut Kotler & Armstrong (2008) yakni: (1) harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, (2) harga mempengaruhi daya beli konsumen; (3) kesesuaian harga dengan kebermanfaatan produk; (4) daya saing harga; (5) kesesuaian harga dengan kualitas produk; (6) keterjangkauan harga (Winarno et al., 2018)

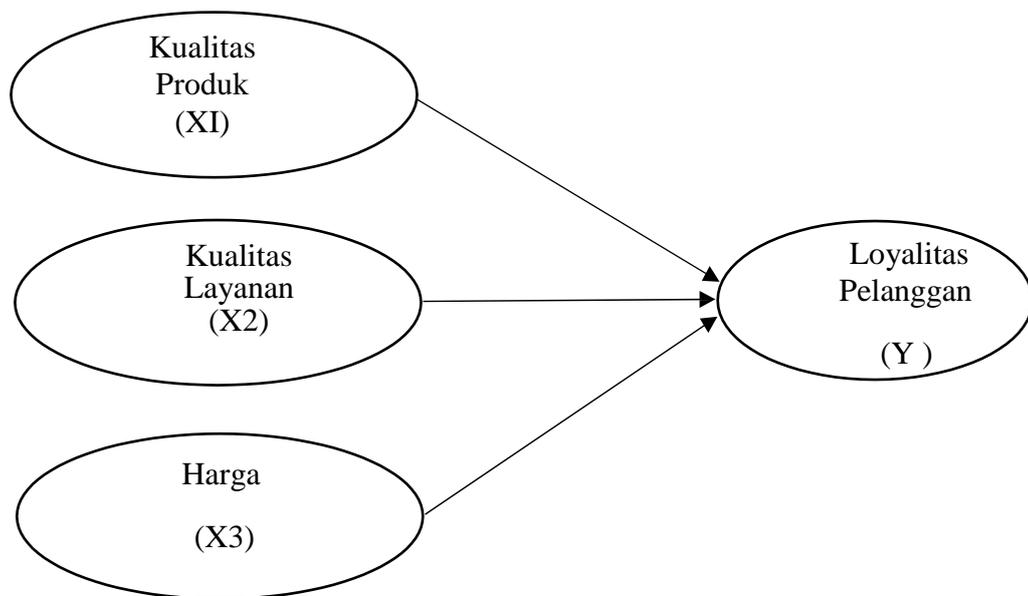
2.2. Kerangka Berpikir

Proses penelitian ilmiah di dasarkan pada serangkaian konsep yang disebut kerangka berpikir. Kerangka berpikir adalah keterkaitan variable yang bakal diteliti yang mana teoritis penjelasannya mengenai keterkaitan variable bebas & terikat. (Hermawan, 2019).

Kerangka pemikiran dibawah ini menjelaskan bahwa variable kualitas produk, kualitas layanan & harga merupakan variable-variable yang mempengaruhi

loyalitas pelanggan.

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian



2.3. Hipotesis

Hipotesis ialah reaksi tidak tetap atas definisi perumusan permasalahan, yang sudah dijabarkan pada kalimat (Sugiyono, 2015). Jawaban rumusan masalah didasarkan teori dan didukung oleh penelitian yang sudah pernah dilakukan secara relevan.

Terkait dengan ini, maka peneliti menetapkan konsep kerangka berpikir berhubungan dengan penelitian ini, yaitu variabel (X) meliputi kualitas produk, kualitas layanan, dan &, sedangkan variabel (Y) adalah loyalitas pelanggan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis yang diajukan ialah

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo

Menurut Mamang dan Sophia (2013) secara garis besar, salah satu keunggulan kualitas produk adalah loyalitas pelanggan. Pada penelitian terdahulu oleh Pongoh (2013) menegaskan jika kualitas produk bisa membuat kesetiaan konsumen meningkat. Studi serupa dikemukakan (Cardia et al., 2019) yang menyatakan jika kualitas produk berdampak positif ke loyalitas produk. Berdasar pada penjabaran di atas maka hipotesis yang bisa dirumuskan ialah

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo

Menurut Hidayat (2019), kualitas suatu layanan memiliki pengaruh satu arah dan saling terkait terhadap loyalitas pelanggan. Semakin besar kualitas layanan, semakin besar kapasitasnya untuk menghasilkan loyalitas pelanggan. Hal ini memperlihatkan jika loyalitas pelanggan dapat terpengaruh besar oleh kualitas layanan. Strategi untuk menjaga loyalitas pelanggan ialah melalui pemberian layanan yang berkualitas, di mana manajemen perusahaan harus fokus pada kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen (Rofiah dan Wahyuni, 2017).

Kualitas pelayanan akan membentuk pola loyalitas konsumen, jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan berdampak signifikan terhadap loyalitas konsumen dan saat pelanggan mendapatkan kualitas layanan yang lebih baik daripada biaya yang dikeluarkan, pelanggan yakin akan mendapatkan nilai yang

sangat baik (*good value*), yang bakal menaikkan loyalitas mereka terhadap produk. penyedia layanan (Jihan dan Made, 2018).

Setelah menerima layanan, pelanggan akan membuat perbandingan layanan yang diharapkan & layanan yang diperoleh. Pelanggan akan tetap setia pada perusahaan jika layanan yang mereka terima sesuai dengan harapannya, tetapi jika layanannya di bawah standar, perusahaan berisiko kehilangan loyalitasnya (Jihan dan Made, 2018).

Kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas layanan merupakan faktor utama dalam menjalin hubungan yang erat antar pelanggan tak hanya melayani, namun juga demi menjalin hubungan kerjasama jangka panjang berdasarkan prinsip saling menguntungkan. (Ma'rifah, 2021). Dari hasil uraian ini maka hipotesis yang bisa dirumuskan ialah.:

H2 : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo

Harald (2017) menyatakan jika konsumen bakal setia bila perusahaan membuat harga yang sesuai dengan kebermanfaatan yang didapat konsumen. Penelitian serupa berikutnya dilakukan oleh Asma, Dine, Wafaa dan Redouan (2018) yang menunjukkan hasil bahwa harga berdampak baik ke loyalitas pelanggan.

Berdasar uraian itu maka hipotesis yang bisa dirumuskan ialah.

H3 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan

2.4. Model Penelitian

Kualitas produk, kualitas layanan, & harga merupakan variabel bebas (X), dan loyalitas pelanggan sebagai variabel terikat (Y) pada studi kuantitatif ini. Populasi yang dipakai pada studi ini ialah pembeli dan pengguna Indosat Ooredoo di daerah Klaten. Penelitian ini dilakukan secara online dengan kuesioner sebagai metode pengumpulan data dan menggunakan artikel jurnal nasional maupun internasional sebagai bahan referensi dari penelitian ini.

2.5. Hasil Penelitian Yang Relevan

Sejumlah temuan studi yang relevan & dijadikan pedoman dipenelitian ini :

1. Studi mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, & Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan oleh (Cardia et al., 2019). Temuan studi mendapatkan jika kualitas produk secara besar mempengaruhi kesetiaan konsumen.
2. Penelitian Kualitas pelayanan, kualitas produk & harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu as telkomsel di kota manado (Pongoh, 2013). Temuan analisa simultan menunjukkan jika kualitas layanan, kualitas produk & harga berdampak ke kesetiaan konsumen.
3. Penelitian *The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty* (Albari & Kartikasari, 2019). Kualitas layanan memiliki pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas produk berkontribusi tertinggi terhadap loyalitas. Hasil tersebut juga didukung oleh perhitungan deskriptif.
4. Penelitian *The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty* (Naini et al., 2022). Hasil penelitian ini

mengatakan loyalitas pelanggan memiliki probabilitas sebesar sebesar 76,8 persen yang dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Dimana kualitas produk dan kualitas layanan merupakan komponen yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Penelitian *Customer-Based Brand Equity, Product Quality, Price and Customer Loyalty in Electronic Industry of Refrigerator* (Suwarno, 2021). Dari hasil survey Ekuitas merek berbasis konsumen, kualitas produk, & harga berdampak persial ke loyalitas pelanggan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian diawali dengan penyusunan proposal di November 2022 hingga selesai. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Indosat Ooredoo yang berdomisili di Kabupaten Klaten.

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitiannya ialah metode kuantitatif yang variabelnya loyalitas pelanggan, harga, kalitas layanan & produk. Penelitian kuantitatif umumnya memakai eksplanasi desain, yakni objek yang ditelaah studi eksplanasi (*explanatory research*) ialah guna melakukan uji korelasi antarvariabel yang dihipotesiskan. Jelas terdapat hipotesis di studi ini yang bakal diuji kebenarannya. Korelasi antara dua variabel / lebih, digambar melalui hipotesis guna melihat apakah suatu variabel berhubungan atau tidak (Mulyadi, 2011).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2018:65) mengatakan, populasi mengacu pada sekelompok besar hal atau individu yang kualitas dan karakteristik spesifiknya telah diidentifikasi sebagai sesuatu yang layak untuk diselidiki oleh para peneliti (Duwila et al., 2022). Pelanggan yang berdomisili di Kabupaten Klaten yang belum diketahui jumlah pastinya yang menggunakan layanan operator Indosat Ooredoo merupakan populasi dari penelitian ini. Maka dari itu untuk penelitian ini dijalankan pengambilan

sampel.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015;118) dalam (Rahma, 2018) sampel ialah komponen jumlah & ciri populasi. Dengan asumsi populasi sangat besar, & tak memungkinkan untuk mengenali seluruhnya, seperti sebab waktu, tenaga, aset yang terbatas, maka peneliti bisa memakai sampel yang didapat melalui populasi yang simpulannya bisa dijalankan bagi populasi (generalisasi). Oleh sebab itu sampel yang didapat melalui populasi haruslah sungguh-sungguh *representatif*. Bila sampel tidak *representatif* maka hasilnya tidak bisa dipertanggung jawabkan (Soegiyono, 2011).

Dalam menentukan jumlah sample, penelitian ini memakai rumus slovin yakni (Afritenti & Fitriyani, 2020):

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran atau jumlah sampel

N = Jumlah populasi (konsumen)

e = Presesi yang diharapkan (10%)²

Jumlah populasi yang digunakan adalah penduduk kabupaten Klaten yang telah yang telah berumur 15 tahun keatas yaitu 300.806 jiwa. Kemudian dari jumlah penduduk tersebut yang menggunakan produk Indosat Ooredoo diperkirakan 10% dari jumlah tersebut yaitu 300.806, maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{300.806}{1+300.806 (0.1)^2}$$

$n = 99,96$ dibulatkan mejadi 100 sampel

Berikut adalah pembagian sampel responden menurut kecamatan di

Kabupaten Klaten dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Kabupaten Klaten yang Berusia 15 Tahun Ke atas Menurut Kecamatan.

Kecamatan	Jumlah Penduduk yang Berusia 15 Tahun Ke Atas
Prambanan	14.590
Gantiwarno	8.967
Wedi	12.786
Bayat	11.339
Cawas	12.047
Trucuk	19.528
Kalikotes	7.258
Kebonarum	4.655
Jogonalan	17.539
Manisrenggo	11.286
Karangnongko	4.440
Ngawen	6.526
Ceper	17.631
Pedan	6.595
Karangdowo	9.653
Juwiring	15.233
Wonosari	17.478
Delanggu	10.893
Polanharjo	9.575
Karanganom	11.086
Tulung	12.368
Jatinom	15.972
Kemalang	11.036
Klaten Selatan	12.250
Klaten Tengah	11.800
Klaten Utara	14.275
Total	300.806

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kabupaten Klaten

Berdasarkan tabel di atas, maka pembagian dari jumlah sampel perkecamatan adalah sebagai berikut:

1. Jumlah sampel Kecamatan Prambanan $\frac{14.590}{300.806} \times 100 = 4,8$ atau dibulatkan menjadi 5 sampel
2. Jumlah sampel Kecamatan Gantiwarno $\frac{8.967}{300.806} \times 100 = 2,9$ atau dibulatkan menjadi 3 sampel
3. Jumlah sampel Kecamatan Wedi $\frac{12.786}{300.806} \times 100 = 4,2$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel
4. Jumlah sampel Kecamatan Bayat $\frac{11.339}{300.806} \times 100 = 3,7$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel
5. Jumlah sampel Kecamatan Cawas $\frac{12.047}{300.806} \times 100 = 4$ sampel
6. Jumlah sampel Kecamatan Trucuk $\frac{19.528}{300.806} \times 100 = 6,4$ atau dibulatkan menjadi 6 sampel
7. Jumlah sampel Kecamatan Kalikotes $\frac{12.786}{300.806} \times 100 = 4,2$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel
8. Jumlah sampel Kecamatan Kebonarum $\frac{4.655}{300.806} \times 100 = 2,4$ atau dibulatkan menjadi 2 sampel
9. Jumlah sampel Kecamatan Jogonalan $\frac{17.539}{300.806} \times 100 = 1,5$ atau dibulatkan menjadi 2 sampel
10. Jumlah sampel Kecamatan Manisrenggo $\frac{11.286}{300.806} \times 100 = 5,8$ atau dibulatkan menjadi 6 sampel

11. Jumlah sampel Kecamatan Karangnongko $\frac{4.440}{300.806} \times 100 = 3,7$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel
12. Jumlah sampel Kecamatan Ngawen $\frac{6.526}{300.806} \times 100 = 2,1$ atau dibulatkan menjadi 2 sampel
13. Jumlah sampel Kecamatan Cepur $\frac{17.631}{300.806} \times 100 = 5,8$ atau dibulatkan menjadi 6 sampel
14. Jumlah sampel Kecamatan Pedan $\frac{6.595}{300.806} \times 100 = 2,1$ atau dibulatkan menjadi 2 sampel
15. Jumlah sampel Kecamatan Karangdowo $\frac{9.653}{300.806} \times 100 = 3,2$ atau dibulatkan menjadi 3 sampel
16. Jumlah sampel Kecamatan Juwiring $\frac{15.233}{300.806} \times 100 = 5$ sampel
17. Jumlah sampel Kecamatan Wonosari $\frac{17.478}{300.806} \times 100 = 5,8$ atau dibulatkan menjadi 6 sampel
18. Jumlah sampel Kecamatan Delanggu $\frac{10.893}{300.806} \times 100 = 3,6$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel
19. Jumlah sampel Kecamatan Polanharjo $\frac{9.575}{300.806} \times 100 = 3,1$ atau dibulatkan menjadi 3 sampel
20. Jumlah sampel Kecamatan Karangnom $\frac{11.086}{300.806} \times 100 = 3,4$ atau dibulatkan menjadi 3 sampel
21. Jumlah sampel Kecamatan Tulung $\frac{12.368}{300.806} \times 100 = 4,1$ atau dibulatkan menjadi 4 sampel

22. Jumlah sampel Kecamatan Jatinom $\frac{15.972}{300.806} \times 100 = 5,3$ atau dibulatkan

menjadi 5 sampel

23. Jumlah sampel Kecamatan Kemalang $\frac{11.036}{300.806} \times 100 = 3,4$ atau dibulatkan

menjadi 3 sampel

24. Jumlah sampel Kecamatan Klaten Selatan $\frac{12.250}{300.806} \times 100 = 4$ sampel

25. Jumlah sampel Kecamatan Klaten Utara $\frac{14.275}{300.806} \times 100 = 4,7$ atau dibulatkan

menjadi 5 sampel

26. Jumlah sampel Kecamatan Tengah $\frac{11.800}{300.806} \times 100 = 3,9$ atau dibulatkan

menjadi 4 sampel

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Pada studi ini memakai teknik *nonprobability* sampling yang tak memberi peluang yang sama untuk masing-masing anggota populasi dalam dipilih menjadi sampel (Iskandar et al., 2021).

Sedangkan untuk penentuan sampel peneliti memakai teknik *purposive* sampling. Dalam *purposive* sampling penunjukan sampel didasari karakteristik khusus yang dipandang memiliki hubungan lekat dengan karakteristik populasi yang telah diketahui di awal. Kata *purposive* sampling menunjukkan bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Kusumastuti et al., 2020).

Syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam penentuan sampel penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Laki-laki atau Perempuan berusia 15 tahun keatas

2. Pelanggan atau pengguna jasa Indosat Ooredoo
3. Berdomisili di Kabupaten Klaten

3.5. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan ialah data primer & data sekunder yakni:

3.5.1. Data Primer

Data primer ialah informasi yang telah peneliti peroleh setelah diperoleh langsung dari subjek studi (Rukajat, 2018). Kuesioner yang dibagikan kepada warga Kabupaten Klaten dan dibagi ke dalam kategori yang telah ditentukan oleh peneliti menjadi data primer untuk penelitian ini.

3.5.2. Data Sekunder

Informasi dikumpulkan melalui catatan dan wawancara sebagai data sekunder (Rukajat, 2018). Data ini dalam bentuk dokumen, literatur, jurnal, dan artikel yang relevan digunakan sebagai sumber data sekunder dalam studi ini.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini memakai angket yang dipilih sebab secara teknik dapat memperoleh informasi secara luas dari subjek. Kuesioner relative ekonomis, memuat pertanyaan yang sama bagi seluruh objek dan dapat memastikan kerahasiaan subjek (Hamdi & Bahruddin, 2015). Teknik kuesioner dijalankan guna mendapatkan data dengan memberi pertanyaan ke responden yakni masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten guna mengetahui seberapa jauh pengaruh kualitas produk, kualitas layanan & harga ke loyalitas konsumen Indosat Ooredoo.

3.7. Variabel Penelitian

3.7.1. Variabel Dependen

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh akibat karena adanya variabel bebas (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini variabel terikat disebut loyalitas pelanggan yaitu variabel (Y).

3.7.2. Variabel Independen

Variabel bebas ialah faktor yang berpengaruh pada perubahan variabel independen (Siyoto & Sodik, 2015). Terdapat tiga variabel bebas di studi yakni kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2) dan harga (X_3).

3.8. Definisi Operasional Variabel

Sarana untuk memberi wawasan umum mengenai arti variabel yang dinilai guna mendapatkan variabel penelitian yang dipakai pada analisis data ialah definisi variabel operasional.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variable	Pengertian	Indikator
Kualitas Produk (X_1)	Tjiptono & Chandra (2017, hlm.231) menjelaskan bahwa produk ialah sesuatu yang diberikan kepada pelanggan dalam bentuk barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan (Mahira et al., 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja) yaitu merupakan ciri-ciri kinerja produk yang dimiliki suatu produk. 2. <i>Durability</i> (daya tahan), yaitu berkaitan dengan usia produk atau daya aktif sebuah produk sebelum produk tersebut kehilangan masa pakai 3. <i>Conformance to specifications</i> (kecocokan dengan

		<p>spesifikasi), ialah seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar ataupun tidak ditemuinya kelemahan produk.</p> <p>4. <i>Features</i> (fitur), merupakan ciri-ciri produk yang dibuat untuk menyempurnakan fungsi dari produk dan untuk menarik ketertarikan pelanggan terhadap produk.</p> <p>5. <i>Aesthetics</i> (estetika), berkaitan dengan penampilan produk (Cesariana et al., 2022)</p>
Kualitas Layanan (X ₂)	<p>Mulyawan (2016: 23) menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan serangkaian kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen sudah sesuai standar, antara lain : lebih efektif, lebih efisien, cepat, baik, tepat, akurat, serta ramah, sesuai asumsi konsumen. Semakin tinggi pemilik usaha memberikan kualitas layanan, maka kepuasan yang diperoleh konsumen semakin tinggi juga (Ramadhanti & Marlana, 2021)</p>	<p>1. <i>Reliability</i> (keandalan), kemampuan pegawai memberikan jasa yang telah dijanjikan dengan harapan yang sesuai dengan keinginan pelanggan.</p> <p>2. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan), bagaimana perusahaan mampu melayani apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan cepat dan tepat.</p> <p>3. <i>Assurance</i> (jaminan), pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, untuk menimbulkan rasa percaya terhadap</p>

		<p>perusahaan.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. <i>Empathy</i> (rasa simpati) kepedulian, dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. 5. <i>Tangibles</i> (bukti fisik), penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan (Ramadhanti & Marlina, 2021)
Harga (X_3)	<p>Harga adalah jumlah yang harus dibayar pelanggan untuk membeli barang tersebut. Biaya adalah komponen bauran iklan yang menghasilkan pendapatan atau pola bagi perusahaan (Septyadi et al., 2022).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat (Septyadi et al., 2022).
Loyalitas Pelanggan (Y)	<p>Komitmen ke toko / merek atau suplai dengan memperhatikan beberapa aspek positif saat melakukan pembelian jangka panjang dikenal dengan loyalitas pelanggan. (Muhtarom et al., 2022)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repurchase</i> (Pembelian Ulang) 2. <i>Purchases across product and service lines</i> (Pelanggan yang setia tidak hanya mendapatkan satu jenis barang tetapi membeli barang dan layanan yang berbeda dari bahan bisnis yang serupa) 3. <i>Retention</i> (Kekebalan terhadap tarikan pesaing) 4. <i>Referral</i> (Memberikan referensi pada orang lain) (Widnyani et al., 2020).

3.9. Uji Instrumen Penelitian

Tujuan instrumen studi adalah untuk mengetahui signifikansi variabel yang diteliti (Makbul, 2021). Untuk mengukur dan mengumpulkan penelitian kuantitatif secara tepat, setiap instrumen membutuhkan skala. Skala pengukuran ini memungkinkan kualitas instrumen dari variabel yang diukur bisa dimanifestasikan numerik yang meningkatkan akurasi, komunikatif, & efisiensinya. Skala yang dipakai ialah skala likert dimana skala likert ini dipakai oleh peneliti dalam melakukan pengukuran terhadap persepsi atau sikap seseorang. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2017:134) yang menyatakan jika skala Likert dipakai dalam mengukur persepsi, opini, perilaku individu / kelompok terhadap kejadian sosial, untuk setiap pertanyaan atau pernyataan yang akan dipilih, responden harus mendukungnya (Permata & Bhakti, 2020).

Skala ini menilai sikap yang diinginkan peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan. Kemudian responden tersebut memberikan pilihan jawaban terhadap skala yang telah disediakan oleh peneliti. Skor penilaian memiliki lima poin mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju (Indriantoro & Supomo, 2002). Skala linkert pengukuran jawaban pada kuesioner ini meliputi (1) Sangat Tidak Setuju (STS), (2) Tidak Setuju (TS), (3) Netral (N), (4) Setuju (S), dan (5) Sangat Setuju (SS).

3.9.1. Uji Validitas

Valid / tidaknya sebuah angket ditentukan melalui uji validitas. Dikatakan valid bila pertanyaan bisa mengungkapkan informasi yang dapat dinilai melalui angket itu. Penelitian ini menggunakan uji validitas berdasarkan metode korelasi

Pearson, yang melibatkan membandingkan skor item dengan skor total item. Skor item total adalah jumlah item pernyataan dalam variabel. Selanjutnya dilakukan uji signifikansi dengan menggunakan *r* Tabel pada taraf 0,05. Dikatakan valid jika lebih kecil (Gunawan, 2020). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dari *output* (Korelasi Item-Total Koreksi) dengan *r* Tabel ; jika *r* hitung > *r* Tabel , maka pertanyaan kuesioner valid; jika tidak, pertanyaan kuesioner tidak valid (Sugiyono, 2016)

3.9.2. Uji Reliabilitas

Jika pengukuran dilakukan dua kali / lebih untuk gejala yang serupa dengan memakai alat ukur yang serupa, maka dilakukan uji reliabilitas untuk melihat seberapa konsisten hasilnya. Sebuah survey dianggap reliabel jika respon individu terhadap pertanyaan stabil ketika digunakan lebih dari satu kali pada waktu yang berbeda, atau suatu variabel dianggap solid jika memiliki nilai Alpha > 0,50 (Herawati & Mulyani, 2016).

3.10. Teknik Analisis Data

Analisis data ialah proses pengelompokan data menurut variabel dari semua responden, tabulasi data menurut variabel dari semua responden, penyajian data dari tiap variabel yang diteliti, dan menghitung untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2010).

3.11. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dijalankan guna mendapatkan hasil apakah model regresi linier berganda telah memenuhi asumsi klasik / tak (Ghozali, 2013) yang meliputi Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, & Uji Normalitas,

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan guna mengetahui apakah sebaran data di suatu kelompok data atau variabel terdistribusi normal / tak yang bermanfaat guna menentukan data yang sudah dihimpun terdistribusi normal / didapat melalui populasi normal (Taufik, 2019). Guna mencari tahu data sudah terdistribusi normal, ada dua cara untuk mengetahuinya:

- a. Dilihat dari grafik histogram dan kurve normal, bila bentuknya menyerupai bel shape berarti distribusi normal.
- b. Bila hasil uji signifikan ($p \text{ value} > 0.05$) maka terdistribusi normal. Lalu bila hasil tidak signifikan ($p \text{ value} < 0.05$) maka terdistribusi tak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi linier berganda, uji multikolinearitas digunakan guna mencari tahu apakah variabel independen berkorelasi tinggi. Uji multikolinearitas yang mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas berdasarkan toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Toleransi yang lebih rendah sesuai dengan nilai VIF yang lebih tinggi. Dengan VIF 10 & toleransi 0,1, model tersebut non-multikolinear. Sedangkan, dengan VIF 10 & toleransi 0,1, model ini multikolinear (Christy et al., 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah tes yang digunakan untuk menentukan apakah ada varians yang tidak sama. Homoskedastisitas adalah ketika varian residu tetap sama dari satu pengamatan ke pengamatan selanjutnya sedangkan heteroskedastisitas adalah ketika ia berubah. Uji heteroskedastisitas dapat

dikonfirmasi dengan menggunakan nilai signifikansi. Untuk nilai signifikansi $> 0,05$ tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas, tetapi untuk nilai signifikansi $< 0,05$ maka gejala heteroskedastisitas (Christy et al., 2018).

3.1. Uji Kelayakan Model

3.12.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Besarnya kontribusi variabel bebas ke variabel dependan dikenal dengan istilah koefisien determinasi yang makin tinggi maka makin tinggi kapasitas variable independen dalam menjabarkan beragam variable dependen yang berubah. Nilai koefisien determinasi berkisaran 0-1. Bila angka koefisien determinasi makin mendekati 1, maka dampak variable independen ke variable dependen makin besar, artinya variable-variable independen memberi sebagian informasi yang diperlukan guna melakukan prediksi variable –variable dependen. (Ghozali, 2013) menyatakan bahwa nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) yang kecil artinya kapasitas variable- variable bebas dalam menjabarkan beragam variable terikat adalah terbatas.

3.12.2 Uji F

Uji F dipakai guna mengetahui apakah variabel bebas (X1, X2, dan X3) berdampak besar ke variabel terikat Y. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji yang memakai p value atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima. Sebaliknya, jika $p \text{ value} \geq 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak (Sigar et al., 2021).

3.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Studi memakai SPSS dalam analisis regresi berganda guna mencari tahu pengaruh harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Ghozali (2013), ada koefisien untuk setiap variabel bebas pada analisis regresi. Koefisien ini bisa didapatkan melalui prediksi nilai variabel terikat. Analisis regresi berganda bakal dijalankan bila total variabel bebas paling sedikit dua (Sugiyono, 2017). Persamaan penduga, yaitu rumus matematika yang mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang didapat, akan dikembangkan dalam analisis regresi. Analisis regresi terutama digunakan untuk peramalan, dengan variabel terikat dan variabel bebas dalam model. Kajian ini digunakan dalam menentukan besaran dampak faktor-faktor bebas terhadap variabel reliabel. Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas pelanggan

α = konstanta

b₁ = koefisien regresi yang berhubungan dengan variabel bebas X₁

b₂ = koefisien regresi yang berhubungan dengan variabel bebas X₂

b₃ = koefisien regresi yang berhubungan dengan variabel bebas X₃

X₁ = Kualitas produk

X₂ = Kualitas layanan

X₃ = Harga

3.3. Uji Parsial

Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan tabel, maka dilakukan uji parsial (uji t) untuk mengetahui ada / tidak pengaruh variabel bebas ke variabel terikat.

Kriteria pengujian uji t ialah:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis di tolak, artinya variable tersebut berpengaruh terhadap variable dependen.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis di terima, artinya variable tersebut tak berpengaruh ke variable terikat (Junaidi, 2019).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Objek studi yakni pelanggan Indosat Ooredoo yang berdomisili di Kabupaten Klaten. Studi ini dilakukan online melalui metode membagikan angket melalui google formulir kepada 100 responden. Objek pada penelitian ini memiliki karakteristik responden berdasarkan, pekerjaan, jenis kelamin, usia, tempat tinggal wilayah kecamatan, dan berapa lama menggunakan Indosat Ooredoo.

Total jawaban kuesioner yang dibagikan secara online sebesar 102 responden. Kemudian data valid yang ialah 100 responden yang kemudian akan diolah dengan software IBM SPSS Statistics 23, karena dari 102 responden terdapat responden yang tidak memenuhi kriteria sebagai responden dalam studi ini.

4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasar profesi dipaparkan dalam tabel:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
Pelajar	5	5%
Mahasiswa	46	46%
PNS	2	2%
Wiraswasta	15	15%
Lainnya	32	32%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasar pada tabel, responden yang berstatus mahasiswa berjumlah 46 responden atau 46% dari seluruh responden pada kategori pekerjaan. Dan pelajar sebanyak 5 responden atau 5%, dari total. Sebanyak 2 responden atau 2% dari jumlah responden ialah PNS. Sedangkan sebanyak 15 responden atau 15% dari

responden yang berprofesi sebagai pengusaha. Dan untuk pekerjaan lainnya sebanyak 32 responden atau sekiranya 32%.

4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi ciri responden berdasar jenis kelamin dipaparkan dalam tabel:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
Laki-laki	31	31%
Perempuan	69	69%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel, menunjukkan jika responden perempuan ialah yang terbanyak dengan jumlah 69 responden atau 69% dari total. Responden laki-laki sebanyak 31 atau 31% dari total.

4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasar jenis kelamin dipaparkan dalam tabel:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
15-20 tahun	5	5%
21-25 Tahun	80	80%
26-29 Tahun	5	5%
>30 Tahun	10	10%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasarkan tabel, responden berumur 21-25 tahun dengan total responden sebanyak 80 responden 80% mendominasi kategori ini. Responden berumur 15-20 tahun dengan total 5 responden atau 5%. Responden berumur 26-29 tahun dengan total 5 responden atau 5%. Dan responden berumur lebih dari 30 tahun dengan 10 responden atau 10%.

4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Deskripsi karakteristik responden berdasar wilayah tempat tinggal

disajikan dalam tabel:

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Wilayah Tempat Tinggal	Jumlah Responden	Presentase (%)
Cawas	3	3%
Wonosari	10	10%
Gantiwarno	2	2%
Ceper	6	6%
Kemalang	2	2%
Juwiring	6	6%
Jogonolan	2	2%
Jatinom	2	2%
Kalikotes	4	4%
Karanganom	4	4%
Karangdowo	2	2%
Polanharjo	11	11%
Bayat	2	2%
Delanggu	9	9%
Karangnongko	2	2%
Kebonarum	2	2%
Klaten Selatan	3	3%
Klaten Tengah	2	2%
Klaten Utara	3	3%
Manisrenggo	3	3%
Ngawen	2	2%
Pedan	3	3%
Prambanan	3	3%
Trucuk	4	4%
Tulung	5	5%
Wedi	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasar pada tabel, wilayah terbanyak yang mengisi kuesioner dengan menggunakan produk Indosat Ooredoo merupakan daerah Polanharjo sebanyak 11 responden dengan presentase 11%, kecamatan Cawas 3 responden dengan

presentase 3 %. Daerah Wonosari 10 responden dengan presentase 10%. Daerah Gantiwarno 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Cepher 6 responden dengan presentase 6%. Daerah Kemalang 2 responden dengan presentase 2 %. Daerah Juwiring 6 responden dengan presentase 6%. Daerah Jogonalan 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Jatinom 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Kalikotes 4 responden dengan presentase 4%. Daerah Karangnom 4 responden dengan presentase 4%. Daerah Karangdowo dengan 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Bayat 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Delanggu 9 responden dengan presentase 9%. Daerah Karangnongko dengan 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Kebonarum 2 responden dengan presentase 2%. Daerah Klaten Selatan 3 responden dengan presentase 3%. Klaten Tengah 2 responden dengan presentase 2%. Klaten Utara 3 responden dengan presentase 3%. Daerah Manisrenggo 3 responden dengan presentase 3%. Daerah Ngawen 3 responden dengan presentase 3%. Pedan 3 responden dengan presentase 3%. Prambanan 3 responden dengan presentase 3%. Trucuk dengan 4 responden dengan presentase 4%. Tulung dengan 5 responden dengan 5%. Daerah Wedi dengan 3 responden dengan presentase 3%.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dengan kategori domisili kecamatan dapat dilihat bahwa berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Klaten, data yang terkumpul setara dengan data jumlah penduduk Kabupaten Klaten yang berusia 15 tahun keatas secara keseluruhan disetiap kecamatan.

4.1.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk Indosat Ooredoo

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan produk Indosat Ooredoo disajikan dalam tabel:

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Lama Penggunaan

Lama Penggunaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
<1 bulan	11	11%
1-6 bulan	15	15%
6-12 bulan	19	19%
<12 bulan	55	55%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasar pada tabel, dalam kategori berapa lama menggunakan produk Indosat Ooredoo, responden paling banyak yaitu menggunakan <12 bulan 55 responden dengan presentase 55%. Untuk yang menggunakan >1 bulan sebanyak 11 responden dengan presentase 11%. Yang menggunakan dari 1 bulan – 6 bulan sebanyak 15 responden dengan presentase 15 %. Dan yang menggunakan dari 6-12 bulan sebanyak 19 responden dengan 19%.

4.2. Uji Instrumen Penelitian

Pada studi ini, pengujian instrumen data melalui uji angket untuk memastikan keakuratannya dan dapat dipertanggung jawabkan. Pengujian ini dilaksanakan guna mencari tahu & menguji baik tidaknya suatu instrumen. Uji reliabilitas & validitas dilakukan ke instrumen studi ini.

4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas guna menentukan valid / tidaknya angket. Apabila pertanyaan suatu kuesioner dapat mengungkapkan informasi yang dapat dinilai oleh angket

tersebut, maka valid. Penelitian ini menggunakan uji validitas berdasarkan metode korelasi *Pearson*, yang melibatkan membandingkan skor item dengan skor total item. Skor item total ialah jumlah item pernyataan dalam variabel. Selanjutnya dilakukan uji signifikansi dengan menggunakan *r* Tabel pada taraf 0,05. Dikatakan valid jika lebih kecil (Gunawan, 2020). Uji validitas dilakukan melalui perbandingan nilai *r* hitung dari *output* (Korelasi Item-Total Koreksi) dengan *r* Tabel ; jika *r* hitung > *r* Tabel , maka pertanyaan kuesioner valid; jika tidak, pertanyaan kuesioner tidak valid (Sugiyono, 2016).

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variable	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0,790	0,193	Valid
	X1.2	0,833	0,193	Valid
	X1.3	0,816	0,193	Valid
	X1.4	0,791	0,193	Valid
	X1.5	0,771	0,193	Valid
Kualitas Layanan	X2.1	0,812	0,193	Valid
	X2.2	0,807	0,193	Valid
	X2.3	0,784	0,193	Valid
	X2.4	0,857	0,193	Valid
	X2.5	0,834	0,193	Valid
Harga	X3.1	0,675	0,193	Valid
	X3.2	0,856	0,193	Valid
	X3.3	0,833	0,193	Valid
	X3.4	0,800	0,193	Valid
Loyalitas Pelanggan	Y.1	0,628	0,193	Valid
	Y.2	0,725	0,193	Valid
	Y.3	0,836	0,193	Valid
	Y.4	0,801	0,193	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasar temuan tersebut didapati jika seluruh variable nilai r hitung > r tabel yang mana menunjukkan jika pernyataan itu bisa menilai variable yang mau dinilai,

/ pernyataan itu seluruhnya valid. Yang memiliki arti seluruh pernyataan bisa menilai kualitas layanan & produk, harga & loyalitas pelanggan.

Berdasarkan tabel diatas variabel Kualitas Layanan & produk, Harga & Loyalitas konsumen memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga semua indikator variabel dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid. Nilai r_{tabel} diperoleh dari nilai df ($df = N - 2$) dengan jumlah sampel (N) = 100. Disini r tabel yaitu 0,193

4.2.2. Uji Reliabilitas

Bila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih untuk gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama maka uji reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Kadang-kadang, suatu variabel dianggap dapat diandalkan jika memiliki nilai Alpha > 0,50. Suatu angket dikatakan reliabel bila respon responden konsisten / stabil bila sering digunakan pada berbagai waktu (Herawati & Mulyani, 2016).

Tabel 4.7
Hasil Uji Realibilitas

Variable Penelitian	alpha cronbach	Critical Value	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,858	0,50	Reliabel
Kualitas Layanan	0,877	0,50	Reliabel
Harga	0,796	0,50	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,725	0,50	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Berdasar temuan uji reliabilitas di atas didapatkan *Cronbach Alpha* bagi variabel Kualitas Produk 0,858, Kualitas Layanan 0,877, Harga adalah 0,796 dan Loyalitas Pelanggan adalah 0,725. Dari hasil tersebut bisa diambil simpulan jika angket studi ini secara keseluruhan dinyatakan reliabel dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* > 0,50.

4.3. Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan data yang sudah dihimpun terdistribusi normal / didapat melalui populasi normal (Taufik, 2019). Guna mengetahuinya maka dilakukan :

- Dilihat dari grafik histogram dan kurve normal, bila bentuknya menyerupai bel shape berarti distribusi normal.
- Bila hasil uji signifikan ($p \text{ value} > 0.05$) maka berdistribusi normal. Dan bila hasil tidak signifikan ($p \text{ value} < 0.05$) maka berdistribusi tak normal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,86830182
	Absolute	,086
Most Extreme Differences	Positive	,067
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		,863
Asymp. Sig. (2-tailed)		,445

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer, diolah 2023

Mengingat jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yakni 0,445, sehingga didapati *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ yaitu $0,445 > 0,05$. Bisa diambil simpulan dari temuan tabel jika data residual didistribusikan normal.

4.3.2. Uji Multikolinearitas

Dalam model regresi linier berganda, uji multikolinearitas ialah uji yang digunakan guna menguji apa ada hubungan yang tinggi antara variabel bebas. Uji multikolinearitas yang mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas berdasarkan toleransi dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Toleransi yang lebih rendah sesuai dengan nilai VIF yang lebih tinggi. Dengan VIF 10 & toleransi 0,1, model tersebut non-multikolinear. Sebaliknya, dengan VIF 10 & toleransi 0,1, model ini multikolinear (Christy et al., 2018).

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
1 X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, diolah 2023

Berdasar pada hasil tabel, bisa didapati jika VIF & toleransi Kualitas produk yakni 0,565 & VIF 1,770, Kualitas layanan *tolerance* 0,465 & VIF 2,151, dan harga nilai *tolerance* 0,509 & VIF nya 1,963. Temua ini menunjukkan jika = nilai VIF kurang dari 10 & nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka variabel temuan dinilai bebas dari ciri multikolineritas. Melalui analisis ini bisa diketahui jika variable kualitas layanan & produk, dan harga tak mendapat gangguan multikolonieritas

pada model regresi, yang membuatnya memenuhi persyaratan analisis regresi.

4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah tes yang digunakan dalam menentukan apakah ada variansi yang tidak sama. Jika variansi dari residual tetap sama dari observasi ke observasi, maka disebut homoskedastisitas, akan tetapi bila berbeda dinyatakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa dikonfirmasi dengan menggunakan nilai signifikansi. Untuk nilai signifikansi $> 0,05$ tidak ada indikasi heteroskedastisitas, tetapi untuk nilai signifikansi $< 0,05$ maka gejala heteroskedastisitas (Christy et al., 2018)

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

		X1	X2	X3	Unstandardized Residual
X1	Correlation Coefficient	1,000	,571**	,589**	-,055
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,587
	N	100	100	100	100
X2	Correlation Coefficient	,571**	1,000	,667**	,044
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,667
	N	100	100	100	100
X3	Correlation Coefficient	,589**	,667**	1,000	,048
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,638
	N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,055	,044	,048	1,000
	Sig. (2-tailed)	,587	,667	,638	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data primer, diolah 2023

Berdasar tabel, memperlihatkan jika setiap variabel, kualitas produk, kualitas layanan & harga memiliki sign $>0,05$ maka bisa dinyatakan data yang dihasilkan tak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.4. Uji Kelayakan Model

1. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ialah besaran kontribusi variable bebas ke variable tidak bebas. Makin tinggi koefisien determinasi, makin tinggi kemampuan variable bebas dalam mejabarkan beragam perubahan pada variable dependen. Nilai koefisien determinasi berkisaran 0-1. Bila angka koefisien determinasi makin

mendekati 1, maka dampak variable independen ke variable dependen makin kuat, yang berarti variable-variable independen memberi hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam melakukan prediksi variabel –variabel dependen. (Ghozali, 2016:171) menyatakan jika nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) yang kecil memiliki arti kapasitas variable-variable bebas dalam menjabarkan banyak variable dependen adalah terbatas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,525	,510	1,897

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer, diolah 2023

Dari tabel bisa dilihat besaran *Adjusted R Square* adalah 0,510 , artinya variable loyalitas pelanggan bisa dijabarkan variable independen (kualitas produk, kualitas layanan, dan harga) sebesar 51% . Lalu 49% (100%-51% = 49%) dijabarkan oleh aspek lain yang tak diikutkan di studi ini.

2. Uji F

Uji F (simultan) Uji Simultan (Uji F) bermaksud guna mengetahui terdapat atau tidaknya dampak simultan variabel-variabel bebas ke variabel dependen. Kriteria pengambilan putusan pada uji yang memakai p value atau F_{hitung} ialah jika $p\ value < 0,05$ atau $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima. Sebaliknya, jika $p\ value \geq 0,05$ / $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak (Sigar et al., 2021).

Tabel 4.12
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	381,425	3	127,142	35,321	,000 ^b
Residual	345,565	96	3,600		
Total	726,990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber ; Data Primer, Diolah 2023

Berdasar perhitungan data itu, diperoleh nilai Fhitung 35,321 & tingkat signifikansinya 0,000 yang mana sebelumnya haruslah menghitung dfl dan df2 yang nilai signifikansinya 0,05,. Yang mana (n) ialah total responden & (k) ialah total variabel independen, & dfl ialah jumlah variabel bebas yakni 3, & df2 ialah nilai residual dari model (n-k -1) atau 96.

Ftabel = 2,46 (didapat melalui F Tabel) yang bisa diambil simpulan jika Fhitung > Ftabel (35,321 > 2,46) dengan tingkat signifikansi 0,000 0,05 yang memperlihatkan jika H1 diterima & H0 ditolak, menghasilkan simpulan jika kualitas layanan & produk, & harga secara bersamaan mempengaruhi loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo.

4.3.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi menurut Ghazali (2013) ialah koefisien bagi setiap variabel bebas. Dengan menggunakan persamaan untuk melakukan prediksi nilai variabel terikat, koefisien ini dapat diperoleh.

Tabel 4.13
 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Berdasar tabel maka persamaan regresi linier berganda ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,733 + 0,294X_1 + 0,201X_2 + 0,231X_3 + e$$

Melalui persamaan regresi linier berganda, bisa diinterpretasi dengan berikut:

1. Konstanta 2,733 yang memiliki arti di nilai skor independen (kualitas layanan & produk dan harga) = 0, maka tingkatan loyalitas pelanggan sebesar 2,733.
2. Nilai Koefisien regresi dari kualitas produk adalah 0,294 dengan nilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas produk sebesar satu maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,294 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai Koefisien dari kualitas layanan adalah 0,201 dengan nilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa setiap kenaikan tingkat kualitas layanan sebesar satu maka

loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,201 dengan asumsi variabel lain konstan.

4. Nilai Koefisien dari harga adalah 0,231 dengan nilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa setiap kenaikan tingkat harga sebesar satu maka loyalitas pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,231 dengan asumsi variabel lain konstan.

4.3.6. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dijalankan guna melihat variable bebas memberikan dampak / tak ke variable bebas melalui perbandinga nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Kriteria pengujian uji t ialah :

1. Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, yang memiliki arti variable berdampak ke variable terikat.
2. Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, yang memiliki arti variable tersebut tak berdampak ke variable terikat (Junaidi, 2019).

Tabel 4.13
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, Diolah 2023

1. Pengaruh Kualitas produk (X1) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $3,328 >$ nilai t tabel yaitu sebesar 1,983 dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$ berarti H_0 ditolak menunjukkan secara persial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Pengaruh Kualitas layanan (X2) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $2,504 >$ nilai t tabel yaitu sebesar 1,983 dan nilai $\text{sig } 0,014 < 0,05$ berarti H_0 ditolak menunjukkan secara persial variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Pengaruh harga (X3) terhadap loyalitas pelanggan (Y). Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $2,712 >$ nilai t tabel yaitu sebesar 1,983 dan nilai $\text{sig } 0,008 < 0,05$ berarti H_0 ditolak menunjukkan secara persial variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.4. Pembahasan Hasil Penelitian

4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas produk ialah hal yang bisa ditawarkan ke konsumen oleh produsen untuk dikonsumsi, digunakan, dibeli, dicari, diminta, diperhatikan konsumen sebagai mencukupi hasrat konsumen. Dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Secara umum, perusahaan berusaha keras untuk menciptakan produk dengan kualitas tinggi sehingga pelanggan akan percaya dan terus setia

menggunakan produk tersebut.

Dalam penelitian ini hasil uji t hitung variabel kualitas produk menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai t_{hitung} sebesar $3,328 >$ nilai t_{tabel} yaitu sebesar $1,983$ dan nilai signifikansinya $0,001 < 0,05$ dari analisis ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan arah positif, artinya semakin baik kualitas produk yang diberikan maka loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.

Hal ini menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang mendorong pelanggan untuk tetap setia menggunakan produk tersebut. Karena kinerja, daya tahan, kecocokan dengan spesifikasi, fitur dan estetika merupakan komponen dalam kualitas produk.

Temuan studi ini diperkuat & didukung studi terhadulu oleh (Ariyanto et al., 2022). Dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini, 2020). Kedua hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan paket data internet Indosat Ooredoo.

4.4.2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Kualitas layanan yang baik itu sangat penting untuk diperhatikan karena pelanggan akan menyukai layanan tersebut dan memungkinkan pelanggan dapat kembali lagi di masa yang akan datang untuk melakukan pembelian kembali. Bahkan menurut Mutmainnah (2017) yang menekankan bahwa kualitas pelayanan harus diawali dari kebutuhan konsumen yang berarti akan berakhir pada persepsi pelanggan serta sudut pandang pelanggan tersebut dapat berpengaruh pada perusahaan.

Dalam penelitian ini hasil uji t kualitas layanan sebesar $2,504 >$ nilai t tabel yaitu sebesar 1,983 dan nilai signifikansinya $0,014 < 0,05$ dari analisis ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila suatu perusahaan memberi pelayanan terbaik & terus meningkatkan kualitas pelayanannya maka akan berdampak baik pada loyalitas pelanggan.

Sesuai dengan observasi awal dan google review yang ditemukan adanya ketidaknyamanan terhadap layanan yang diberikan Indosat Ooredoo seperti terkadang adanya gangguan sinyal. Kemudian lambannya penanganan pengaduan. Dengan adanya hasil penelitian ini, kualitas layanan hasilnya menyatakan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, maka kualitas layanan harus diperbaiki agar peningkatan loyalitas pelanggan semakin baik.

Temuan ini didukung oleh studi (Kurniawan & Auva, 2022). Juga diperkuat oleh studi (Ramadhanty et al., 2019). Hasil penelitian ini menjelaskan jika kualitas layanan mampu memberi pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.4.3. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan

Harga merupakan salah satu keberhasilan dalam perusahaan karena harga dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh dalam penjualan produk dari perusahaan tersebut. Lebih lanjut lagi, menurut Khoironi et al (2018) mengatakan bahwa harga merupakan satu-satunya dalam elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan suatu pendapatan. Selain itu, harga juga termasuk fleksibel, karena sebagai salah satu elemen dalam bauran pemasaran harga tentu dapat berubah setiap saat, yang dimana sebab berubahnya suatu harga

karena persaingan perusahaan yang sejenis

Dalam penelitian ini hasil uji t harga menghasilkan $2,712 >$ nilai t tabel yaitu 1,983 dan signifikansinya $0,008 < 0,05$ dari temuan ini menunjukkan secara persial variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa apabila suatu perusahaan memberikan harga yang cocok dengan kebermanfaatan yang diterima konsumen yang bakal berdampak baik pada loyalitas pelanggan.

Hal ini menunjukan bahwa harga merupakan faktor penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan. Sebab kesesuaian & keterjangkauan harga dengan kualitas produk & kesesuai harga terhadap kegunaan yang diterima merupakan komponen pelanggan untuk setiap menggunakan atau berlangganan dengan produk tersebut.

Temuan penelitian ini didukung oleh (Farisi & Siregar, 2020) & (Insani & Madiawati, 2020). Temuannya menunjukan jika secara persial variable harga berdampak ke kesetiaan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar $3,328 >$ nilai t tabel yaitu sebesar $1,983$ dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten.
2. Berdasarkan nilai t hitung variabel kualitas layanan sebesar $2,504 >$ nilai t tabel yaitu sebesar $1,983$ dan nilai $\text{sig } 0,014 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten.
3. Berdasarkan nilai t hitung variabel harga sebesar $2,712 >$ nilai t tabel yaitu sebesar $1,983$ dan nilai $\text{sig } 0,008 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Indosat Ooredoo di Kabupaten Klaten.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini dirancang dan dilaksanakan dengan sebaik yang diharapkan, namun penelitian ini masih memiliki keterbatasan seperti:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan harga, sehingga terdapat kemungkinan

variabel lain yang dapat digunakan dalam mengetahui hal-hal yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

2. Adanya keterbatasan dengan menggunakan kuesioner sehingga jawaban yang diberikan belum tentu menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran-Saran

1. Saran Kepada Penelitian Selanjutnya

Berikut adalah anjuran penulis hendak berikan ke pihak yang terlibat dalam studi ini berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan:

- 1) Diharapkan studi berikutnya dalam aspek yang berpengaruh ke loyalitas pelanggan supaya bisa dikembangkan dengan lebih baik.
- 2) Studi selanjutnya diharapkan dapat menambahkan obyek penelitian.
- 3) Temuan penelitian ini diharapkan bisa dijadikan referensi untuk penelitian yang lain guna mengoreksi perbaikan seperlunya.

2. Saran Kepada Pihak Indosat Ooredoo maupun pihak lainnya yang berkepentingan dalam membangun kesan baik provider Indosat Ooredoo

- 1) Pelanggan akan merasa loyal jika harga yang diterima sesuai dengan kualitas yang didapatkan.
- 2) Meskipun banyak variasi produk, bukan berarti akan memengaruhi pengguna akan terus loyal dalam penggunaan produk Indosat Ooredoo. Jadi saran peneliti adalah tetap fokus pada kualitas pada produk dikarenakan pengguna sangat memperhatikan kualitasnya.

- 3) Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan pihak Indosat Ooredoo kepada konsumen maka makin banyak juga konsumen yang selalu setia dan terus memakai produk Indosat Ooredoo.

DAFTAR PUSTAKA

- Afritenti, H., & Fitriyani, D. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas Yang Terdaftar di KPP Pratama Jambi. *Jambi Accounting Review (JAR)*, 1(1), 63–79.
- Albari, A., & Kartikasari, A. (2019). The influence of product quality, service quality and price on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1), 49–64.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52.
- Anggraini, R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Loyalitas Konsumen Yang Menggunakan Aplikasi Dana Di Bakmi Gm Bintaro X-Change. *Jurnal Semarak*, 3(3), 50–65.
- 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.
- Cardia, D., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6762–6781.
- 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.
- Christy, Y., Setiana, S., & Cintia, P. (2018). Pengaruh komitmen organisasional dan budaya organisasi terhadap organizational citizenship behaviour. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 10(2), 199–211.
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585–593.
- Duwila, Z., Supandi, A., & Ogi, I. (2022). Pengaruh Celebrity Endorsment, Brand Awareness dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlet Whitening Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 269–278.
- Faradila, N., & Suseno, E. (2021). Nilai hedonis, kualitas layanan, dan promosi terhadap loyalitas konsumen kuota internet Indosat di era new normal. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 5(1), 73–81.
- 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.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19 (edisi kelima)*. Semarang: Universitas Airlangga.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Gunawan, C. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa Dan Tidak Suka Statistika*. Deepublish.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.
- Haryanto, D. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 (Studi Kasus Pada Konsumen Kartu IM3 Wilayah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Herawati, H., & Mulyani, D. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk pada Ud. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *UNEJ E-Proceeding*, 463–482.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi penelitian bisnis: untuk akuntansi & manajemen*.
- Insani, N. A., & Madiawati, P. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan GoFood di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 112–122.
- Iskandar, A., Muttaqin, M., Dewi, S. V., Jamaludin, J., Irawati, H. M., Prianto, C., Siregar, R. S., Siregar, M. N. H., Chamidah, D., & Sinambela, M. (2021). *Statistika Bidang Teknologi Informasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Kurniawan, R., & Auva, M. A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan, Kualitas layanan, Dan Nilai Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Seafood Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1479–1489.
- Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Ma'rifah, D. N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Garnier di Kota Malang). Deva Nur Ma'rifah.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset*

- Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.
- Makbul, M. (2021). *Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian*.
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online ELMONSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian kuantitatif dan kualitatif serta pemikiran dasar menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128–137.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. G. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50.
- Nikmah, N., & Ar-Rasyid, G. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan serta Implikasinya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Divisi Local Government Service PT. Telkom Indonesia, Kebon Sirih Jakarta). *JURNAL MANAJEMEN FE-UB*, 7(1), 47–67.
- Novianti, N., Endri, E., & Darlius, D. (2018). Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 90–108.
- Permata, A., & Bhakti, Y. B. (2020). Keefektifan virtual class dengan google classroom dalam pembelajaran fisika dimasa pandemi covid-19. *JIPFRI (Jurnal Inovasi Pendidikan Fisika Dan Riset Ilmiah)*, 4(1), 27–33.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu as telkomsel di kota manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Ramadhan, R., Alfansi, L., & Anggarawati, S. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo pada Mahasiswa Universitas Bengkulu. *The Manager Review*, 3(2), 147–172.
- Ramadhanti, E., & Marlina, N. (2021). Analisis strategi kualitas layanan menggunakan metode importance-performance analysis (ipa). *Forum Ekonomi*, 23(3), 431–441.
- Ramadhanty, V., Putri, D. J. U., & Azzahra, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Roti Bakar di Pamulang. *Medium*, 7(2), 68–79.
- Roseana, B., Subiyanto, S., & Sudarsono, B. (2019). Analisis Spasial Perkembangan Fisik Wilayah Kabupaten Klaten Menggunakan Sistem Informasi Geografis Dan Prediksinya Tahun 2025 Dengan Ca Markov Model. *Jurnal Geodesi Undip*, 8(4), 59–68.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.

- Saputri, R. S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313.
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Viral Marketing dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Sepatu Nike pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 841–850.
- Sigit, A. A. (2011). Pemanfaatan Teknologi Penginderaan Jauh dan Sistem Informasi Geografis untuk Pendugaan Potensi Peresapan Air DAS Wedi Kabupaten Klaten-Boyolali. *Forum Geografi*, 25(1), 27–40.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Soleh, M., & Wahyuni, D. U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Ooredoo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Sugiyono. (2015). *metode penelitian: pengertian kualitatif*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2010). *metode penelitian kuantitatif kualitatif & RND*, Bandung, Alfabeta CV. *Tegallega. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Widyatama*.
- Suwarno, B. (2021). Customer-based brand equity, product quality, price and customer loyalty in electronic industry of refrigerator. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 2143–2154.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pt. primagum sejati di makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 1(2), 176–203.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). Analisis 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.

- Widnyani, N. M., Rettobjaan, V. C., & Aristayudha, A. A. N. B. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Studi Kasus Pada Universitas Bali Internasional). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 75–92.
- Winarno, S. H., Givan, B., & Yudhistira, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat Im3 Ooredoo. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 1(2), 1–7.
- Yuliana, Y. (2017). Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Pendekatan Kualitatif Pada Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Fakultas Ekonomi Umn Al Washliyah Medan TA 2013/2014. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(2), 282–289.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan Kuesioner

Kepada

Yth Saudara/ i Responden

di Tempat

Assallamu alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Ruliya Firdaus Yunarya, mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, program studi Manajemen Bisnis Syariah. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi mengenai **“PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA (Studi Kasus Pada Pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)”**. Seluruh informasi yang angket berikan ini hanyalah untuk kepentingan studi & bakal dijaga kerahasiannya. Maka dari itu, saya meminta kesediaan saudara/i untuk bisa meluangkan waktu dalam menjawab angket ini dengan teliti & tepat. Atas partisipasi & perhatiannya saya sampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Surakarta, 6 April 2023

Ruliya Firdaus Yunarya

KUESIONER PENELITIAN

A. Informasi Umum

Judul Penelitian :” Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga”.
(Studi kasus pada pelanggan Indosat Ooredoo Wilayah Kabupaten Klaten)

B. Identitas Responden

a. Nama :

b. Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Wiraswasta
- PNS
- Lainnya

c. Jenis Kelamin :

- Laki- laki
- Perempuan

d. Usia :

- 15–20 th
- 21–25 th
- 26- 29 th
- >30 th

e. Tempat Tinggal di Kecamatan :

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Cawas | <input type="checkbox"/> Wonosari |
| <input type="checkbox"/> Gantiwarno | <input type="checkbox"/> Ceper |
| <input type="checkbox"/> Kemalang | <input type="checkbox"/> Juwiring |
| <input type="checkbox"/> Jogonalan | <input type="checkbox"/> Jatinom |
| <input type="checkbox"/> Kalikotes | <input type="checkbox"/> Karangnom |
| <input type="checkbox"/> Karangdowo | <input type="checkbox"/> Polanharjo |
| <input type="checkbox"/> Bayat | <input type="checkbox"/> Delanggu |

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Karangnongko | <input type="checkbox"/> Kebonarum |
| <input type="checkbox"/> Klaten Selatan | <input type="checkbox"/> Klaten Tengah |
| <input type="checkbox"/> Manisrenggo | <input type="checkbox"/> Ngawen |
| <input type="checkbox"/> Pedan | <input type="checkbox"/> Prambanan |
| <input type="checkbox"/> Trucuk | <input type="checkbox"/> Wedi |

f. Berapa lama menggunakan produk Indosat Ooredoo :

- < 1 bln
- 1– 6 bln
- 6 – 12 bln
- >12 bln

Petunjuk Pengisian Kuesioner

- 1) Pilih satu jawaban yang paling cocok dengan persepsi Anda.
- 2) Isilah sesuai nomor pada angket ini & mohon jangan ada yangterlewatkan.
- 3) Keterangan kuesioner

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

C. Daftar Pertanyaan

1. Variable X1 (Kualitas Produk)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Kinerja produk dari Indosat Ooredoo sesuai dengan harapan saya					
2	Produk Indosat Ooredoo memiliki masa tenggang lama dari produk provider lain					
3	Produk Indosat Ooredoo yang saya gunakan sesuai dengan standar dan kualitas yang ditawarkan					
4	Indosat Ooredoo memiliki jaringan 4G yang stabil					
5	Produk Indosat Ooredoo memiliki <i>packaging</i> yang menarik					

2. Variable X2 (Kualitas Layanan)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Indosat Ooredoo menyediakan fasilitas <i>Customer Service</i> (Layanan Pengaduan) yang handal dalam menanggapi masalah pelanggan					
2	Indosat Ooredoo memberikan layanan dengan cepat					
3	Jaminan yang Indosat Ooredoo berikan bisa menyakinkan pelanggan bila suatu saat terdapat kendala					
4	Karyawan Indosat Ooredoo memiliki kepedulian saat menerima keluhan maupun pengaduan dari pelanggan					
5	Fasilitas fisik perusahaan Indosat Ooredoo saat ini secara visual menarik perhatian saya					

3.Variable X3 (Harga)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk Indosat Ooredoo memiliki harga yang terjangkau					
2	Harga produk yang ditawarkan Indosat Ooredoo sebanding dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga tarif sms, telepon dan internet Indosat Ooredoo dapat bersaing dengan provider lain.					
4	Harga produk Indosat Ooredoo yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan					

4.Variable Y (Loyalitas Pelanggan)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat untuk terus membeli produk Indosat Ooredoo					
2	Saya setia menggunakan kembali produk dan layanan Indosat Ooredoo					

3	Saya tak mempunyai kemauan untuk berganti ke operator lain yang serupa					
4	Saya akan merekomendasikan produk Indosat Ooredoo kepada teman-teman dan saudara saya					

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

Kualitas Produk (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	4	22
4	3	4	3	4	18
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	5	4	3	2	17
3	3	3	4	4	17
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
4	3	4	5	5	21
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	3	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	16
5	4	4	3	4	20
5	5	5	4	4	23
5	4	4	4	4	21
5	4	4	3	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	3	18
2	2	3	2	4	13

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	4	4	5	4	22
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23
4	4	5	5	4	22
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
3	4	3	2	3	15
5	5	4	5	5	24
3	3	4	5	5	20
5	5	4	5	5	24
4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	21
5	4	4	5	5	23
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	3	20
5	4	4	4	4	21
3	4	3	3	4	17
5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	4	4	5	23
5	4	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	4	15
5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
5	4	5	4	5	23
5	4	4	5	3	21

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
5	3	4	4	3	19
5	5	4	4	3	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	3	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	5	5	3	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
3	3	4	3	3	16
5	5	4	5	5	24

Kualitas Layanan (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
4	5	5	5	5	24
2	2	4	3	3	14
3	4	4	5	5	21
5	4	5	4	4	22
4	3	3	3	3	16
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
2	2	2	2	3	11
3	3	3	4	3	16
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	4	24
4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	3	17
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	3	21
4	5	4	5	5	23

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	5	5	5	21
4	3	5	5	5	22
5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
2	3	2	4	4	15
3	4	5	3	3	18
3	3	4	3	3	16
3	4	5	4	5	21
3	4	5	4	4	20
3	4	5	5	5	22
3	3	3	2	2	13
2	3	2	4	3	14
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	4	22
3	4	4	3	3	17
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
3	4	5	3	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	4	24
2	3	3	3	3	14
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	3	5	3	2	16
4	4	5	5	5	23
5	3	4	4	5	21
4	5	5	5	5	24
3	3	4	3	3	16
3	5	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	5	4	5	20

4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
2	5	5	4	2	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	3	18
3	3	5	5	5	21
5	5	4	4	4	22
4	4	5	4	4	21
3	2	5	5	4	19
3	4	5	4	4	20
4	4	5	3	3	19
4	4	4	4	4	20
3	4	5	3	5	20
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	4	16
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24
3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	5	3	3	17
5	5	3	3	4	20
3	4	4	4	5	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	3	5	3	4	19
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24

Harga (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
5	4	4	4	17
3	2	2	2	9
5	5	5	5	20
3	4	5	5	17
4	4	4	3	15
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	4	3	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	3	3	1	9
3	3	3	5	14
4	5	4	2	15
5	5	5	5	20
5	3	3	3	14
5	5	5	5	20
4	3	5	3	15
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
5	5	5	2	17
5	5	5	2	17
4	4	4	4	16
5	4	3	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	1	16
5	4	5	3	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	4	4	2	15
3	3	3	3	12
1	2	4	3	10
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	2	3	12
4	3	2	1	10
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19

4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
5	2	2	2	11
5	5	5	5	20
5	3	4	3	15
4	4	3	2	13
3	4	4	4	15
5	5	3	3	16
4	4	4	3	15
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	2	2	2	10
5	5	5	5	20
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
5	3	4	2	14
3	4	3	2	12
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	4	5	5	19
5	3	2	1	11
4	4	4	4	16
4	3	2	4	13
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
4	3	4	3	14
2	4	2	2	10
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
4	4	4	2	14
5	5	3	3	16
5	3	3	3	14
3	3	4	3	13
5	5	5	5	20
4	3	4	2	13
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
4	3	5	3	15
4	4	4	3	15
4	3	2	3	12
3	3	3	3	12

3	4	4	4	15
4	3	3	3	13
5	4	4	3	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	3	2	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
5	4	4	3	16
5	5	5	5	20
5	3	5	2	15
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
3	3	4	4	14
2	3	5	3	13
4	4	5	4	17

Loyalitas Pelanggan (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
5	5	5	5	20
5	5	4	3	17
5	3	4	4	16
5	4	5	4	18
3	3	4	3	13
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	2	2	2	10
5	5	5	5	20
3	3	1	1	8
3	4	5	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	3	17
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	5	3	3	16
4	4	4	4	16

5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	1	16
5	4	3	2	14
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	4	19
5	5	4	2	16
5	5	3	1	14
5	5	3	2	15
5	5	3	5	18
5	5	5	4	19
4	4	2	1	11
2	4	4	3	13
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	3	4	17
4	4	4	5	17
5	4	5	2	16
5	5	5	5	20
5	5	1	1	12
5	4	3	3	15
5	5	5	3	18
4	4	4	4	16
4	4	4	2	14
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	5	3	2	15
5	5	5	5	20
3	3	2	2	10
5	5	5	5	20
5	5	4	3	17
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	3	4	17
4	4	4	4	16
5	5	2	1	13
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14

5	4	3	2	14
5	5	5	2	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	4	4	4	17
5	5	5	3	18
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
5	3	3	4	15
5	4	3	3	15
5	5	4	3	17
4	4	4	3	15
5	5	4	3	17
5	5	5	2	17
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
5	5	3	3	16
4	4	5	5	18
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	3	3	16
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	4	3	17
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20

Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif Responden

OUTPUT SPSS HASIL UJI DESKRIPTIF RESPONDEN

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	5	5.0	5.0	5.0
	Mahasiswa	46	46.0	46.0	51.0
	PNS	2	2.0	2.0	53.0
	Wiraswasta	15	15.0	15.0	68.0
	Lainnya	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	31	31.0	31.0	31.0
	Perempuan	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 Tahun	5	5.0	5.0	5.0
	21-25 Tahun	80	80.0	80.0	85.0
	26-29 Tahun	5	5.0	5.0	90.0
	>30 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat_Tinggal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cawas	3	3.0	3.0	3.0
	Wonosari	10	10.0	10.0	13.0
	Gantiwarno	2	2.0	2.0	15.0
	Ceper	6	6.0	6.0	21.0
	Kemalang	2	2.0	2.0	23.0
	Juwiring	6	6.0	6.0	29.0
	Jogonanlan	2	2.0	2.0	31.0
	Jatinom	2	2.0	2.0	33.0
	Kalikotes	4	4.0	4.0	37.0
	Karanganom	4	4.0	4.0	41.0
	Karangdowo	2	2.0	2.0	43.0
	Polanharjo	11	11.0	11.0	54.0
	Bayat	2	2.0	2.0	56.0
	Delanggu	9	9.0	9.0	65.0
	Karangnongk o	2	2.0	2.0	67.0
	Kebonarum	2	2.0	2.0	69.0
	Klaten Selatan	3	3.0	3.0	72.0
	Klaten Tengah	2	2.0	2.0	74.0
	Klaten Utara	3	3.0	3.0	77.0
	Manisrenggo	3	3.0	3.0	80.0
	Ngawen	2	2.0	2.0	82.0
	Pedan	3	3.0	3.0	85.0
	Prambanan	3	3.0	3.0	88.0
	Trucuk	4	4.0	4.0	92.0
	Tulung	5	5.0	5.0	97.0
	Wedi	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama_Menggunakan_IndosatOored

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 Bulan	11	11.0	11.0	11.0
	1-6 Bulan	15	15.0	15.0	26.0
	6-12 Bulan	19	19.0	19.0	45.0
	>12 Bulan	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Kualitas Produk(X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,686**	,535**	,540**	,407**	,790*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,686**	1	,645**	,514**	,507**	,833*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,535**	,645**	1	,495**	,619**	,816*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,540**	,514**	,495**	1	,563**	,791*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,407**	,507**	,619**	,563**	1	,771*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,790**	,833**	,816**	,791**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kualitas Layanan (X2)**Correlations**

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	,686**	,503**	,565**	,563**	,812*
1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	,686**	1	,534**	,567**	,531**	,807*
2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	,503**	,534**	1	,623**	,562**	,784*
3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	,565**	,567**	,623**	1	,749**	,857*
4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	,563**	,531**	,562**	,749**	1	,834*
5 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
X2 Pearson Correlation	,812**	,807**	,784**	,857**	,834**	1
X2 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Harga (X3)
Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
Pearson					
X3 Correlation	1	,544**	,399**	,285**	,675**
.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson					
X3 Correlation	,544**	1	,649**	,557**	,856**
.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson					
X3 Correlation	,399**	,649**	1	,584**	,833**
.3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100
Pearson					
X3 Correlation	,285**	,557**	,584**	1	,800**
.4 Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100
Pearson					
X3 Correlation	,675**	,856**	,833**	,800**	1
X3 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Loyalitas Pelanggan (Y)
Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,720**	,302**	,200*	,628**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,046	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,720**	1	,449**	,288**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,302**	,449**	1	,637**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,200*	,288**	,637**	1	,801**
	Sig. (2-tailed)	,046	,004	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,628**	,725**	,836**	,801**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Relibilitas

Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,858	5

Kualitas Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	5

Harga**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	4

Loyalitas Pelanggan**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	4

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,86830182
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,067
	Negative	-,086
Kolmogorov-Smirnov Z		,863
Asymp. Sig. (2-tailed)		,445

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
1 X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

UJI HETEROKEDASTISITAS MENGGUNAKAN RANK SPEARMAN

Correlations

		X1	X2	X3	Unstandardized Residual
X1	Correlation Coefficient	1,000	,571**	,589**	-,055
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,587
	N	100	100	100	100
X2	Correlation Coefficient	,571**	1,000	,667**	,044
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,667
	N	100	100	100	100
X3	Correlation Coefficient	,589**	,667**	1,000	,048
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,638
	N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,055	,044	,048	1,000
	Sig. (2-tailed)	,587	,667	,638	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 7 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	381,425	3	127,142	35,321	,000 ^b
	Residual	345,565	96	3,600		
	Total	726,990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,525	,510	1,897

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Hasil Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,733	1,505		1,816	,073		
1 X1	,294	,088	,312	3,328	,001	,565	1,770
X2	,201	,080	,258	2,504	,014	,465	2,151
X3	,231	,085	,267	2,712	,008	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Ruliya Firdaus Yunarya
Tempat, Tanggal Lahir : Klaten, 27 November 2000
Agama : Islam
Alamat : Pacing Wetan, Carikan Juwiring Klaten
No. HP : 081511451759
E-mail : ruliyafirdaus@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

SD Carikan 2 : 2007 s/d 2013
SMP Negeri 2 Wonosari : 2013 s/d 2016
SMA Negeri 1 Wonosari : 2016 s/d 2019
UIN Raden Mas Said Surakarta : 2019 s/d 2023

RIWAYAT ORGANISASI

Amukta : 2016

Lampiran 12 Bukti Plagiarisme

1 SKRIPSI RULIYA FIRDAUS YUNARYA ACC REVISI bismilah
(Autosaved)

ORIGINALITY REPORT

29%	25%	14%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	13%
2	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
5	Yunicha Situmorang, Januardin Januardin. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi ketepatan waktu pelaporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019", Jurnal Paradigma Ekonomika, 2021 Publication	1%
6	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
7	id.123dok.com	

Lampiran 13 Tabulasi Data

X1 .1	X1 .2	X1 .3	X1 .4	X1 .5	TOT AL	X2 .1	X2 .2	X2 .3	X2 .4	X2 .5	TOT AL	X3 .1	X3 .2	X3 .3	X3 .4	TOT AL	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	TOT AL
5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
5	4	3	3	4	19	2	2	4	3	3	14	3	2	2	2	9	5	5	4	3	17
5	5	5	5	5	25	3	4	4	5	5	21	5	5	5	5	20	5	3	4	4	16
5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	4	22	3	4	5	5	17	5	4	5	4	18
4	3	4	3	4	18	4	3	3	3	3	16	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13
5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5	23	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	4	22	5	4	3	3	15	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	4	2	2	2	10
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	5	4	3	2	17	2	2	2	2	3	11	2	3	3	1	9	3	3	1	1	8
3	3	3	4	4	17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	5	14	3	4	5	4	16
5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	21	4	5	4	2	15	5	5	4	4	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	4	22	5	3	3	3	14	5	5	4	3	17
4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	4	5	23	3	3	4	4	3	17	4	3	5	3	15	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	3	5	23	4	4	5	5	3	21	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23	5	5	5	2	17	4	4	4	5	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	2	17	5	5	3	3	16

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	5	23	5	4	3	3	15	5	5	5	3	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	3	3	5	5	5	21	5	5	5	1	16	5	5	5	1	16
5	5	4	5	5	24	4	3	5	5	5	22	5	4	5	3	17	5	4	3	2	14
5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12
5	4	4	3	4	20	2	3	2	4	4	15	5	4	4	2	15	5	5	5	4	19
5	5	5	4	4	23	3	4	5	3	3	18	3	3	3	3	12	5	5	4	2	16
5	4	4	4	4	21	3	3	4	3	3	16	1	2	4	3	10	5	5	3	1	14
5	4	4	3	4	20	3	4	5	4	5	21	4	3	3	3	13	5	5	3	2	15
5	5	5	4	5	24	3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	16	5	5	3	5	18
5	5	5	5	5	25	3	4	5	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
5	4	3	3	3	18	3	3	3	2	2	13	4	3	2	3	12	4	4	2	1	11
2	2	3	2	4	13	2	3	2	4	3	14	4	3	2	1	10	2	4	4	3	13
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
5	5	5	4	5	24	3	4	4	3	3	17	4	4	4	3	15	5	5	3	4	17
5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23	5	2	2	2	11	5	4	5	2	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	3	5	20	3	4	5	3	4	19	5	3	4	3	15	5	5	1	1	12

4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	3	2	13	5	4	3	3	15
4	5	4	5	5	23	4	4	5	4	4	21	3	4	4	4	15	5	5	5	3	18
4	4	5	5	4	22	5	5	5	5	4	24	5	5	3	3	16	4	4	4	4	16
3	3	3	3	3	15	2	3	3	3	3	14	4	4	4	3	15	4	4	4	2	14
5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	23	4	3	4	4	15	4	4	5	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	4	21	4	2	2	2	10	5	5	3	2	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	4	3	2	3	15	3	3	5	3	2	16	2	2	2	2	8	3	3	2	2	10
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	3	4	5	5	20	5	3	4	4	5	21	5	3	4	2	14	5	5	4	3	17
5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24	3	4	3	2	12	5	5	5	5	20
4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
5	4	4	4	4	21	3	5	4	3	4	19	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	4	5	24	3	3	3	3	3	15	5	3	2	1	11	5	5	3	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	4	4	3	20	3	3	5	4	5	20	4	3	2	4	13	5	5	2	1	13
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15
3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
5	4	4	4	4	21	3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	14	5	4	3	2	14
5	5	4	5	5	24	2	5	5	4	2	18	2	4	2	2	10	5	5	5	2	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

5	5	4	5	4	23	5	4	5	5	5	24	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
5	4	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	2	14	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	4	21	5	5	3	3	16	5	4	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	3	3	3	14	5	5	5	3	18
2	3	3	3	4	15	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12
5	5	5	4	4	23	4	4	4	3	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	4	5	24	3	3	5	5	5	21	4	3	4	2	13	5	5	5	3	18
5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	4	5	22	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17
5	4	5	4	5	23	3	2	5	5	4	19	4	3	5	3	15	5	3	3	4	15
5	4	4	5	3	21	3	4	5	4	4	20	4	4	4	3	15	5	4	3	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	3	19	4	3	2	3	12	5	5	4	3	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
4	4	5	4	5	22	3	4	5	3	5	20	3	4	4	4	15	5	5	4	3	17
5	3	4	4	3	19	5	5	5	5	5	25	4	3	3	3	13	5	5	5	2	17
5	5	4	4	3	21	3	3	3	3	4	16	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	3	5	22	3	4	4	4	3	18	5	5	3	2	15	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	5	5	3	3	16
5	5	5	5	5	25	3	3	5	3	3	17	4	4	4	4	16	5	5	3	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	3	3	4	20	3	5	4	4	16	4	4	5	5	18
5	4	5	5	4	23	3	4	4	4	5	20	5	4	4	3	16	5	5	4	4	18

5	5	5	3	4	22	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	3	5	2	15	5	5	3	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	18	5	5	4	5	19
5	5	5	5	5	25	4	3	5	3	4	19	3	3	4	4	14	5	5	4	3	17
3	3	4	3	3	16	4	4	5	5	5	23	2	3	5	3	13	5	5	5	4	19
5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20