

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PAKET INTERNET BULANAN TELKOMSEL**

(Survei Pada Pengunjung Mall@Bassura City, Jakarta Timur)

BIMO ARYOSENO

8223154409



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2018

***THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE ON CUSTOMER
LOYALTY TELKOMSEL MONTHLY INTERNET PACKAGE***

(Survey on Visitors Mall@Bassura City, East Jakarta)

BIMO ARYOSENO

8223154409



*This Scientific Paper arranged to meet one of the requirements to get the title
of the Experts Associate at Faculty of Economics State University of Jakarta*

MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2018

ABSTRAK

Bimo Aryoseno, 2018, 8223154409, judul karya ilmiah“Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Bulanan Telkomsel (Studi Kasus Pada Masyarakat di Kota Jakarta Timur)”.Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan paket internet bulanan Telkomsel. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang menggunakan paket internet bulanan Telkomsel. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*. Metode pengolahan data menggunakan metode Regresi Linier Sederhana. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai R^2 sebesar 0,366 (36,6%), sedangkan sisanya 0,634 (63,4%) dipengaruhi oleh faktor – faktor lain. Dalam penelitian ini diketahui bahwa persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini relevan dan pada saat yang sama mendukung teori loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Loyalitas Pelanggan, dan Analisis Regresi Linier Sederhana

ABSTRACT

Bimo Aryoseno, 2018, 8223154409, title of research “THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE ON CUSTOMER LOYALTY TELKOMSEL’S MONTHLY INTERNET PACKAGE (A Case Study Society in East Jakarta City)”. Marketing Management Study Program DIII. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This research aims to analyze the influence of perceived price on customer loyalty Telkomsel monthly internet package. The data used in this study are primary data collected from questionnaires distributed to 100 respondents who use Telkomsel monthly internet package. This research use non-probability sampling and linier regression analysis in cultivating data. From the results of this research, known that perceived price influence to customer loyalty. This is indicated by the R square value is 0.366 (36.6%), while the remaining 0.634 (63.4%) is influenced by other factors. In this research note that perceived price have positive and significant influence to customer loyalty. Thus, the results of this research are relevant and at the same time support theory of customer loyalty.

Keywords: Perceived Price, Customer Loyalty, Linier Regression Analysis



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe




ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO:
IAS/INA/3640

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama : Setyo Ferry Wibowo SE., M.Si.
2. NIP : 19720617 199903 1 001
3. Tanda tangan : 

Memberikan Persetujuan kepada Mahasiswa dibawah ini :

1. Nama : Bimo Aryoseno
2. No. Registrasi : 8223154409
3. Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
4. Judul : Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Bulanan Telkomsel (Survei Pada Pengunjung Mall @ Bassora City, Jakarta Timur)

Untuk Mengikuti/ ~~Tidak mengikuti~~* Sidang KI pada tanggal 7 Agustus 2018

Mengetahui
Kordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Dra. Sholikhah, MM
NIP. 19620623 199003 2 001

Jakarta, 1 Agustus 2018
Mahasiswa Ybs,

Bimo Aryoseno
No.Reg : 8223154409



LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana, E. S., M.Bus.

NIP. 19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Sholikhah, M.M.</u> NIP. 19620623 199003 2 001		<u>14-08-18</u>
Penguji Ahli		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 19630119 199203 2 001		<u>13-08-18</u>
Dosen Pembimbing		
<u>Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si.</u> NIP. 19720617 199903 1 001		<u>20-08-18</u>

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik ahli madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 1 Agustus 2018

Yang membuat pernyataan,



Bimo Aryoseno

No. Reg. 8223154409

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah S.W.T yang telah memberikan karunia dan kasih sayang-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul **Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Bulanan Telkomsel (Survei Pada Pengunjung Mall@Bassura City, Jakarta Timur)**.

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada kedua orang tua yang penulis cintai dan sayangi. Yang telah membesarkan, mengurus, dan mendidik penulis hingga saat ini serta memberikan semangat dan doa tiada henti – hentinya kepada penulis. Serta pihak – pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama pada:

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberi arahan kepada penulis serta meluangkan waktunya untuk audiensi.
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Dr. Dedi Purwana, E.S., M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis duduk di bangku perkuliahan.
5. Seluruh kerabat dan teman – teman DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2015 yang ikut membantu penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Karya Ilmiah ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun dalam teknik penyajiannya, mengingat keterbatasan pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 1 Agustus 2018

Penulis