

**PENGARUH PERSEPSI HARGA TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN PAKET INTERNET BULANAN TELKOMSEL**  
(Survei Pada Pengunjung Mall@Bassura City, Jakarta Timur)

**BIMO ARYOSENKO**  
**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 square 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*



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

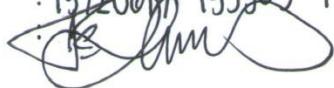
*Building Future Leaders*

**SURAT PERSETUJUAN SIDANG KI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Dosen Pembimbing

1. Nama
2. NIP
3. Tanda tangan

: Setyo Ferry Wibowo SE., M.Si.  
: 19720619 199003 1 001  


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@ Bassura City, Jakarta Timur)

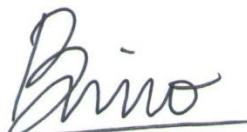
Untuk Mengikuti/~~Tidak mengikuti~~\* Sidang KI pada tanggal 7 Agustus 2018

Mengetahui  
Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran FE UNJ

Jakarta, 1 Agustus 2018  
Mahasiswa Ybs,



Dra. Sholikhah, MM  
NIP. 19620623 199003 2 001

  
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



14-08-18

Dra. Sholikhah, M.M.

NIP. 19620623 199003 2 001

Penguji Ahli



13-08-18

Dra. Basrah Saidani, M.Si.

NIP. 19630119 199203 2 001

Dosen Pembimbing



20-08-18

Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si.

NIP. 19720617 199903 1 001

## **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