

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Perceived Value*, Harga, Citra Perusahaan, dan Fleksibilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Pelanggan Produk XL dan Axis di Kabupaten Gunungkidul)**

Disusun oleh :

**Patrick Sentana**

NIM. F0212085

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived value*, harga, citra perusahaan, dan fleksibilitas pada kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, variabel *perceived value*, harga, citra perusahaan, dan fleksibilitas sebagai variabel independen dan variabel kepuasan sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan XL dan Axis di Kabupaten Gunungkidul yang telah menggunakan minimal selama 3 bulan.

Metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 136 konsumen XL dan Axis di Kabupaten Gunungkidul dengan minimal penggunaan selama 3 bulan. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan 5 skala likert. Hipotesis diuji menggunakan SPSS dengan analisis regresi.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived value* dan fleksibilitas berpengaruh pada kepuasan konsumen, tetapi variabel harga dan citra perusahaan tidak berpengaruh pada kepuasan konsumen. Penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda antara dua variabel independen, yaitu *perceived value* dan fleksibilitas dengan harga dan citra perusahaan pada kepuasan konsumen.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kelemahan teknik pengambilan data dan kemungkinan untuk bias. Teknik pengambilan data melalui kuesioner memiliki kelemahan pada informasi yang diberikan responden tidak selalu menggambarkan respon responden secara keseluruhan. Perbedaan latar belakang responden dapat menyebabkan bias pada hasil penelitian.

**Kata kunci** : kepuasan konsumen, *perceived value*, harga, citra perusahaan, fleksibilitas.

## **ABSTRACT**

### **THE IMPACT OF PERCEIVED VALUE, PRICE, CORPORATE IMAGE, AND FLEXIBILITY TO CUSTOMER SATISFACTION ON XL AXIATA SIM CARD (SURVEY IN GUNUNGKIDUL REGENCY)**

*The purpose of this research is to examine the influences of perceived value, price, corporate image, and flexibility on customer satisfaction. This research has an independent variable that consists of perceived value, price, corporate image, and flexibility, and customer satisfaction as dependent variable. Customers of XL and Axis in Gunungkidul Regency as respondents with minimum 3 months for using the product.*

*Sampling collection method in this research using non-probability sampling, that is purposive sampling. The quantity of research sample is 136 customers of XL and Axis in Gunungkidul Regency with minimum 3 months for using the product. The collection data was taken by questioner with 5 likert scale. SPSS with regression analysis was applied to test the hypotheses.*

*The result has a conclusion that perceived value and flexibility significantly influences to customer satisfaction, but price and corporate image do not significantly influences to customer satisfaction. This research shows different result between perceived value and flexibility with price and corporate image to customer satisfaction.*

*This research has limited such as the weakness method collection of the data and possibility for biased. Method collection of the data obtained through a questionnaire have weakness in the information given consumers not always a good indication respon respondents describing overall. The difference background respondents can cause bias in the results of research.*

**Keywords** : customer satisfaction, perceived value, price, corporate image, flexibility

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i	
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii	
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI .....	iii	
HALAMAN MOTTO .....	iv	
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v	
KATA PENGANTAR .....	vi	
ABSTRAK .....	ix	
<i>ABSTRACT</i> .....	x	
DAFTAR ISI .....	xi	
DAFTAR TABEL .....	xiii	
DAFTAR GAMBAR .....	xiv	
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv	
BAB I	PENDAHULUAN	
	A. Latar Belakang .....	1
	B. Rumusan Masalah .....	7
	C. Tujuan Penelitian .....	8
	D. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
	A. Landasan Teori .....	10
	B. Pengembangan Hipotesis .....	24
	C. Kerangka Konseptual .....	27
	D. Penelitian Terdahulu .....	27
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Desain Penelitian .....	31
	B. Populasi, Sampel, dan <i>Sampling</i> .....	31
	C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	32
	D. Sumber Data dan Metode Pengambilan Data .....	36

	E. Metode Analisis Data .....	37
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
	A. Profil Umum XL Axiata Tbk .....	39
	B. Analisis Data Penelitian .....	44
	C. Pembahasan .....	67
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan .....	71
	B. Implikasi .....	71
	C. Saran .....	72
	D. Keterbatasan Penelitian .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....		74

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 4.1 Komposisi Karyawan Berdasarkan Level Organisasinya .....	42
Tabel 4.2 Komposisi Karyawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	43
Tabel 4.3 Komposisi Karyawan Berdasarkan Status Kepegawaian .....	44
Tabel 4.4 Komposisi Penyebaran Kuesioner .....	44
Tabel 4.5 Tabulasi Data Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.6 Tabulasi Data Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	46
Tabel 4.7 Tabulasi Data Berdasarkan Rentang Usia .....	47
Tabel 4.8 Tabulasi Data Berdasarkan Pengeluaran .....	48
Tabel 4.9 Tabulasi Data Berdasarkan Pengeluaran Pulsa .....	49
Tabel 4.10 Respon Responden Mengenai <i>Perceived Value</i> .....	51
Tabel 4.11 Respon Responden Mengenai Harga .....	53
Tabel 4.12 Respon Responden Mengenai Citra Perusahaan .....	55
Tabel 4.13 Respon Responden Mengenai Fleksibilitas .....	56
Tabel 4.14 Respon Responden Mengenai Kepuasan Konsumen .....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji KMO .....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas .....	63
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	65
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual .....	27
--------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Lembar Kuesioner .....	76
Lampiran B	Data Mentah Kuesioner .....	80
Lampiran C	Hasil Uji Validitas .....	92
Lampiran D	Hasil Uji Reliabilitas .....	95
Lampiran E	Hasil Uji Regresi .....	98