

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung” ini ditulis oleh Rahma Duwi Oktafia, NIM. 17402163228, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Kepuasan pelanggan menjadi topik utama dalam penelitian ini karena semakin ketatnya persaingan produk paket internet menciptakan penilaian pelanggan atas produk tersebut. Penilaian pelanggan paket internet ditentukan oleh kemudahan akses layanan, harga yang terjangkau, dan kepercayaan atas pengalaman dan informasi dari merek produk. Apabila paket internet memiliki kualitas layanan yang baik, harga yang sesuai, dan kepercayaan merek, maka pelanggan akan merasa puas. Dengan timbulnya kepuasan pelanggan akan berdampak pada adanya *word of mouth*, pembelian ulang dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut: 1) Untuk menguji kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. 2) Untuk menguji harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. 3) Untuk menguji kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. 4) Untuk menguji kualitas layanan, harga, dan kepercayaan merek secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian berjumlah 100 responden. Tehnik sampling dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran keusioner kepada pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Pengukuran data menggunakan skala likert. Analisis data dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa: 1) Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. 2) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. 3) Kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa: 4) Kualitas layanan, harga, dan kepercayaan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan paket internet Telkomsel pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Kata kunci : kualitas layanan, harga, kepercayaan merk, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Service Quality, Price, and Brand Trust on Customer Satisfaction Telkomsel Internet Package at Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Tulungagung" was written by Rahma Duwi Oktafia, NIM. 17402163228, majoring in Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung. Advisor Dr. Muhamad Aswad, M.A.

Customer satisfaction is the main topic in this study because the increasingly fierce competition for internet packages that create customer ratings of the products offered. Internet package customer assessment is determined by ease of service access, affordable prices, and trust in the experience and information of the product brand. If the internet package has good service quality, appropriate prices, and brand trust, customers will be satisfied. With the emergence of customer satisfaction will have an impact on the existence of word of mouth, repeat purchases and customer loyalty.

This research was conducted with the following objectives: 1) To test service quality has a significant effect on customer satisfaction Telkomsel internet packages students of FEBI IAIN Tulungagung. 2) To test the price has a significant effect on customer satisfaction Telkomsel internet packages students of FEBI IAIN Tulungagung. 3) To test brand trust has a significant effect on customer satisfaction Telkomsel internet packages students of FEBI IAIN Tulungagung. 4) To test service quality, price, and brand trust simultaneously have a significant effect on customer satisfaction of Telkomsel internet packages students of FEBI IAIN Tulungagung.

This research uses a quantitative approach and the type of research is associative. The sample in the study amounted to 100 respondents. The sampling technique in this study used non-probability sampling. The sampling method used was snowball sampling. The primary data source used in this study was obtained from the distribution of the questionnaire to Telkomsel internet package subscribers to students of Faculty of Islamic Economics and Business IAIN Tulungagung. Measurement of data using a Likert scale. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of the research partially show that: 1) service quality does not have a significant effect on customer satisfaction of Telkomsel internet packages on FEBI IAIN Tulungagung students. 2) price has a significant effect on customer satisfaction of Telkomsel internet packages on FEBI IAIN Tulungagung students. 3) brand trust has a significant effect on customer satisfaction of Telkomsel internet packages on FEBI IAIN Tulungagung students. The simultaneous test results show that, 4) service quality, price and brand trust have a significant effect on customer satisfaction of Telkomsel internet packages on FEBI IAIN Tulungagung students.

Keywords: service quality, price, brand trust, and customer satisfaction.