

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Word of Mouth*, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Internet Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)” yang ditulis oleh Tiara Fatmawati, NIM. 12402183394. Pembimbing: Dr. Rokhmat Subagiyo, S.E.,M.E.I.

Para pengguna provider umumnya akan memilih penawaran produk provider yang dirasa memiliki keuntungan lebih besar dengan harga serendah mungkin. Jaringan provider Telkomsel diakui sebagai provider dengan mempunyai jangkauan signal yang luas, kuat dan stabil di setiap daerah bahkan daerah terpencil sekalipun. Selain itu Telkomsel memiliki jaringan internet yang kuat dan cepat dibandingkan dengan provider lain dimana hal ini dapat menjadi faktor yang mendorong loyalitas konsumen terhadap Telkomsel.

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk menguji pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, (2) Untuk menguji pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, (3) Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, (4) Untuk menguji pengaruh *word of mouth* (WOM), kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel pada mahasiswa ekonomi syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif serta jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* dengan memakai data primer dan sekunder. Analisis penelitian ini memakai regresi linier berganda guna memberikan bukti pada hipotesis penelitian. Dengan populasi sejumlah 1065 responden dan sampel penelitian 283 responden.

Hasil penelitian ini yaitu 1) ada pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel menunjukkan bahwa H_1 diterima. 2) Ada pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel menunjukkan bahwa H_1 diterima. 3) Ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan diperoleh nilai t hitung $>$ t table menunjukkan bahwa H_1 diterima. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel *word of mouth*, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Paket Internet Telkomsel hasil dari perhitungan diperoleh nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel sehingga H_1 diterima.

Word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel. Hasil pengujian *word of mouth*, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan paket internet telkomsel.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Word of Mouth, Customer Trust and Consumer Satisfaction on Customer Loyalty of Telkomsel Internet Packages (Study on Sharia Economics Student UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" written by Tiara Fatmawati, NIM. 12402183394. Supervisor: Dr. Rokhmat Subagiyo, S.E., M.E.I.

Provider users will generally choose provider product offerings that are felt to have greater benefits at the lowest possible price. The Telkomsel provider network is recognized as a provider with a broad, strong and stable signal coverage in every area, even remote areas. In addition, Telkomsel has a strong and fast internet network compared to other providers where this can be a factor that encourages consumer loyalty to Telkomsel.

This study aims: (1) to examine the effect of word of mouth (WOM) on customer loyalty of Telkomsel internet packages on Islamic economics students at Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, (2) To examine the effect of customer trust on Telkomsel internet package customer loyalty in college students. Islamic economics Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, (3) To examine the effect of customer satisfaction on Telkomsel internet package customer loyalty on Islamic economics students Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, (4) To examine the effect of word of mouth (WOM), trust customer satisfaction and customer loyalty to Telkomsel internet package customer loyalty to Islamic economics student Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung.

The approach used in this research is quantitative and the type of research used is associative. Sampling using purposive sampling using primary and secondary data. The analysis of this study uses multiple linear regression to provide evidence for the research hypothesis. With a population of 1065 respondents and a research sample of 283 respondents.

The results of this study are 1) there is an effect of word of mouth on customer loyalty, the value of t count $>$ t table shows that H_1 is accepted. 2) There is an effect of customer trust on customer loyalty, the value of t count $>$ t table shows that H_1 is accepted. 3) There is an effect of customer satisfaction on customer loyalty, the value of t count $>$ t table shows that H_1 is accepted. 4) there is a positive and significant influence between the variables word of mouth, customer trust, and customer satisfaction on customer loyalty Telkomsel Internet Packages. The calculation results obtained that the calculated F value is greater than the F table value so that H_1 is accepted.

Word of mouth has a positive and significant effect on customer loyalty for Telkomsel internet packages. Trust has a positive and significant effect on customer loyalty for Telkomsel internet packages. Satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty for Telkomsel internet packages. The test results of word of mouth, customer trust, and customer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty for Telkomsel internet packages.

Keywords: *Word Of Mouth, Customer Trust, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*