

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, HARGA, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN INDIHOME**

**(Studi Pada Pelanggan IndiHome Di Kecamatan
Candisari, Kota Semarang)**



Diajukan Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Semarang

HALAMAN JUDUL
SEMARANG

Disusun oleh

**DEVIS RIZKY ASTIANTO
NIM. E2A016003**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG
2022**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Devis Rizky Astianto
Nomor Induk Mahasiswa : E2A016003
Fakultas / Program Studi : Ekonomi / S1 Manajemen
Judul Usulan Penelitian Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome.
(Studi Pada Pelanggan IndiHome Di Kecamatan Candisari, Kota Semarang)

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 25 Mei 2022

Dosen Pembimbing I



(Dr. Haerudin, MM, MT)
NIDN: 0609075801

Dosen Pembimbing II



(Nurhayati, SE, MM)
NIDN: 0609106601

Mengetahui,

Ketua Program Studi



(Dr. Suwardi, MM)
NIP: 1959051919831001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Devis Rizky Astianto
Nomor Induk Mahasiswa : E2A016003
Fakultas / Program Studi : Ekonomi / S1 Manajemen
Judul Usulan Penelitian Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome.
(Studi Pada Pelanggan IndiHome Di Kecamatan Candisari, Kota Semarang)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji pada 25 Mei 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Dewan Penguji

1. Pembimbing 1



(Dr. Haerudin, MM, MT)
NIDN: 0609075801

2. Pembimbing 2



(Nurhayati, SE, MM)
NIDN: 0609106601

3. Penguji 1



(Setia Iriyanto, M.Si)
NIDN: 0612066203

4. Penguji 2



(Edy Purwanto, SE.,MM)
NIDN: 0622118902

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Tetap berusaha dan semangat berproses walaupun banyak krikil-krikil yang menghalangi karena orang yang semangat berusaha pasti akan menggapai kesuksesan”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya buat dan saya persembahkan kepada:

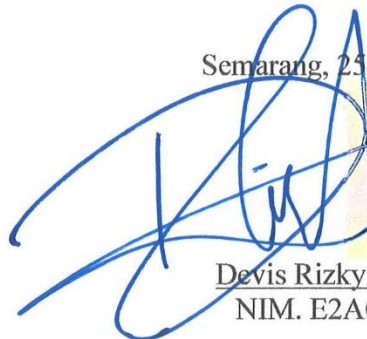
1. Allah SWT dan Rosul-Nya
2. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Semarang.
3. Kedua orang tua saya yang selalu memberi dukungan baik secara moril maupun materil.
4. Para sahabatku yang telah memberi semangat.



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dari Universitas Muhammadiyah Semarang maupun Perguruan Tinggi lainnya. Semua informasi yang dimuat dalam Skripsi ini yang berasal dari penulisan lain baik yang dipublikasikan atau tidak, telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber penulis secara benar dan semua isi Skripsi ini sepenuhnya menjadi Tanggung Jawab saya sebagai penulis.

Semarang, 25 Mei 2022



Devis Rizky Astianto
NIM. E2A016003

1000
SERBUK MUDA RUPIAH
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
DBAJX893483574

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome (Studi Pada Pelanggan IndiHome Di Kecamatan Candisari, Kota Semarang).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 81 responden yang menggunakan IndiHome dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang sebelumnya telah dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan hasil perhitungan dari analisis regresi berganda yang dilakukan, hasil yang diperoleh, $Y = 0,854 + 0,265X_1 + 0,439X_2 + 0,406X_3 + e$. Jika *Digital Marketing*, Harga, Dan Kualitas Pelayanan 0, Kepuasan Pelanggan adalah 0,854. Hasil kompensasi uji t membuktikan bahwa variabel *Digital Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan Adjusted R Square atau koefisien determinasi adalah 0,758, yang berarti bahwa 75,8% dari variabel dependen (Y) dipengaruhi oleh variabel independen (X), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang dibuat oleh model penelitian.

Kata kunci: *Digital Marketing, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*



ABSTRACTION

This study aims to determine and explain how the influence of Digital Marketing, Price, and Service Quality on IndiHome Customer Satisfaction (Study on IndiHome Customers in Candisari District, Semarang City).

This study uses a quantitative approach. The sampling technique used in this study used non propability sampling and the sample used was 81 respondents using IndiHome and data collection using questionnaires. Data analysis in this study was using multiple linear regression analysis method which had previously been tested for validity, reliability and classical assumption tests.

Based on the calculation results from the multiple regression analysis performed, the results obtained, $Y = 0,854 + 0,265X_1 + 0,439X_2 + 0,406X_3 + e$. If Digital Marketing, Price, and Service Quality 0, Customer Satisfaction is 0.854. The results of the compensation t test prove that the Digital Marketing variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, the price variable has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. While the Adusjted R Square or coefficient of determination is 0.758, which means that 75,8% of the dependent variable (Y) is influenced by the independent variable (X), while the rest is influenced by other variables created by the research model.

Keywords: *Digital Marketing, Price, Service Quality, Customer Satisfaction*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, karena kasih sayang dan rahmat-Nya Skripsi ini mampu terselesaikan dengan lancar. Segala kesulitan yang dihadapi sungguh diberikan kemudahan oleh-Nya mulai dari pencarian jurnal untuk referensi, pencarian data, bimbingan dengan dosen pembimbing dan penyusun proposal skripsi. Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas peran sertanya dalam membantu dan memberikan pengarahan, bimbingan serta semangat kepada penulis, diantaranya kepada:

1. Bapak Dr. Haerudin, MT. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNIMUS.
2. Bapak Dr. Suwardi, MM selaku kaprodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi UNIMUS.
3. Bapak Dr. Haerudin, MT, dan Ibu Nurhayati, SE, MM selaku dosen pembimbing 1 dan 2 yang selalu sabar dan berkenan dalam memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta dukungan kepada penulis.
4. Kepada kedua orang tua tercinta atas doa serta dukungan yang tiada henti.
5. Diri saya sendiri, jangan patah semangat perjalanan hidup masih panjang terus kejar mimpi-mimpi yang belum terwujud jangan menyerah.
6. Teman seperjuangan S1 Manajemen angkatan 2016 yang selama ini berjuang bersama-sama di kampus UNIMUS. Terima kasih juga atas semangat dan dukungan serta saran yang kalian berikan selama kita kuliah bersama.
7. Seluruh staff tata usaha dan perpustakaan atas segala bantuan selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.

8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan segala kritik dan saran yang lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca khususnya Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 25 Mei 2022

Penulis



Devis Rizky Astianto
NIM. E2A016003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Digital Marketing.....	11
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	13

2.1.5	Kepuasan Pelanggan	14
2.2	Penelitian Terdahulu	15
2.3	Kerangka Pemikiran	21
2.4	Pengembangan Hipotesis.....	23
2.4.1	Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan.....	23
2.4.2	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.4	Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan	25
BAB III METODELOGI PENELITIAN		26
3.1	Lokasi Penelitian	26
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	26
3.2.1	Variable Penelitian dan Indikator.....	26
3.2.2	Definisi Operasional.....	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.3.3	Primer	31
3.3.4	Sekunder.....	31
3.4	Metode Penelitian	31
3.5	Metode Analisis Data	33
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	33
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	34
3.6	Jenis dan Sumber Data.....	35

3.6.1	Jenis Data	35
3.6.2	Sumber Data	35
3.7	Uji Kualitas Data	35
3.7.1	Uji Validitas	35
3.7.2	Uji Realibilitas.....	36
3.8	Uji Asumsi Klasik	36
3.8.1	Uji Normalitas Data	36
3.8.2	Uji Asumsi Multikolinearitas	37
3.8.3	Uji Heteroskedastistas	37
3.8.4	Uji Autokorelasi	38
3.9	Analisi Regresi Linear Berganda.....	38
3.10	Uji Hipotesis	39
3.10.1	Uji t (Uji Parsial) dan Uji F (Uji Simultan)	39
3.10.2	Uji Koefisien Determinan.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.2	Deskripsi Responden	42
4.2.1	Identitas Responden	42
4.3	Analisis Kuantitatif.....	44
4.3.1	Variabel Digital Marketing (X1).....	45
4.3.2	Variabel Harga (X2).....	45
4.3.3	Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	46
4.3.4	Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	48
4.4	Uji Kualitas Data	49

4.4.1 Metode Suksesif Interval (MSI).....	49
4.4.2 Uji Validitas	50
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1 Uji Normalitas	52
4.5.2 Uji Multikolinearitas	53
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.5.4 Analisis Regresi Berganda	54
4.5.5 Pengujian Hipotesis.....	56
4.6 Pembahasan	60
4.6.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.6.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
4.6.4 Pengaruh Digital Marketing, Harga Dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN – LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	27
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	42
Tabel 4. 2 Identitas Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4. 3 Identitas Pekerjaan Responden	43
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Digital Marketing (X1).....	45
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Tentang Variabel Harga (X2).....	46
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	47
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	48
Tabel 4. 8 Hasil transformasi dengan Metode Successive Interval	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia.....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner Penelitian	70
Lampiran B. Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden	72
Lampiran C. Output MSI	74
Lampiran D. Output SPSS 21	83
Lampiran E. Tabel r	86
Lampiran F Tabel t.....	91
Lampiran G. Tabel F.....	94

