

**ANALISIS TUNTUTAN PELANGGAN, DAN KINERJA  
*MARKETING MIX*, TERHADAP NILAI PELANGGAN  
JASA TELEKOMUNIKASI CDMA**

**SKRIPSI**



Oleh :

**BADRIYA UMayA SARI SULFI**

**20020410445**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2006**

**ANALISIS TUNTUTAN PELANGGAN, DAN KINERJA  
MARKETING MIX, TERHADAP NILAI PELANGGAN  
JASA TELEKOMUNIKASI CDMA**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh :

**BADRIYA UMayA SARI SULFI**

**20020410445**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


**2006**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS TUNTUTAN PELANGGAN, DAN KINERJA**  
***MARKETING MIX*, TERHADAP NILAI PELANGGAN**  
**JASA TELEKOMUNIKASI CDMA**

Diajukan Oleh  
**BADRIYA U MAYA SARI SULFI**  
20020410445

Telah disetujui oleh dosen  
Pembimbing

Tanggal : 15 September 2006

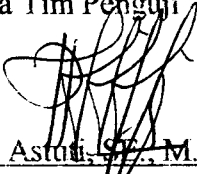


Rini Juni Astuti, SE, M.Si  
NIK. 143 037

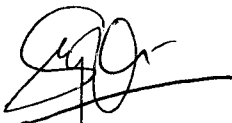
**SKRIPSI**  
**ANALISIS TUNTUTAN PELANGGAN, DAN KINERJA**  
**MARKETING MIX, TERHADAP NILAI PELANGGAN**  
**JASA TELEKOMUNIKASI CDMA**

Diajukan Oleh  
BADRIYA UMACA SARI SULFI  
20020410445


Skripsi ini telah dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 25 September 2006  
Yang terdiri dari  
Ketua Tim Penguji

  
Rini Juni Astuti, S.E., M.Si.  
NIK. 143 057

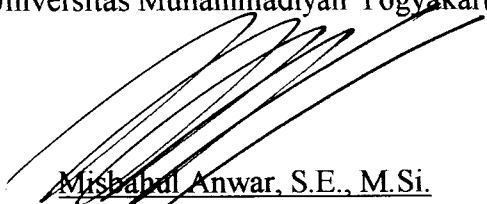
Anggota Tim Penguji

  
Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si.  
NIK. 143 038

Anggota Tim Penguji

  
Fauziyah, SE.  
NIK. 143 057

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143014

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji bagi Allah SWT (Rabb Penguasa Alam Semesta) yang telah melimpahkan Segala Nikmat, Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul : **“Analisis Tuntutan Pelanggan, Dan Kinerja *Marketing Mix*, Terhadap Nilai Pelanggan Jasa Telekomunikasi CDMA”** yang disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Sholawat serta salam senantiasa penulis tujukan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW (Uswatun khasanah), keluarga serta sahabat-sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari, bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Rini Juni Astuti, SE., M.Si., selaku pembimbing skripsi yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan mencurahkan segala perhatiannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
2. Bapak Drs. Supriadi, MM. yang telah menjadi dosen pembimbing akademik selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Sri Handari, SE.,M.Si., yang telah bersedia membantu proses pembuatan skripsi dengan meluangkan banyak waktu dan pikirannya.
4. Tim Penguji skripsi; Ibu Rini Juni Astuti, SE., M.Si., Ibu Sri Handari, SE., M.Si., dan Ibu Fauziah, SE., yang berusaha merevisi skripsi penulis dengan rapi.
5. Bapak Gita Danupranata, SE., MM., selaku motivator hidup, sehingga penulis bisa selalu tegar dalam menghadapi berbagai masalah hidup.

6. Bapak Heru kurnianto, SE.,M.Si., yang telah banyak memberikan pengarahan kepada penulis dalam pembuatan metode skripsi yang baik.
7. Para Dosen Fakultas Ekonomi, yang bersedia membagi ilmunya kepada penulis.
8. Seluruh Karyawan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dan semua pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Kedua Orang Tua dan seluruh keluargaku, serta saudara-saudara dan sahabatku semua, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.  
Thanks banget!

Akhirnya dengan iringan doa semoga Allah melimpahkan pahala kepada bapak/ ibu/ teman-teman yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dibalas oleh Allah SWT.

Mengingat keterbatasan pengalaman penulis maka tidaklah menutup kemungkinan banyak kekurangan dan kelemahan dalam penelitian ini baik dalam cara penulisan maupun kualitas analisisnya. Oleh karena itu penulis mengharap saran dan kritik dari pembaca demi perbaikan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi para berbagai pihak-pihak lainnya yang memerlukannya.

***Wassalamu'alaikum Wr.Wb***

Yogyakarta, September 2006

Penulis

Badriya Umayya Sari Sulfi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Tuntutan Pelanggan .....	8
2. Kinerja <i>Marketing Mix</i> .....	11
3. <i>Extenden 3P (People, Physic Evidence and , Process)</i> ..	21
4. Nilai Pelanggan .....	22

B. Hasil Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis .....	25
C. Model Penelitian .....	27
<b>Bab III METODE PENELITIAN</b>	
A. Subjek Penelitian.....	28
B. Jenis Data .....	28
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
D. Teknik Pengumpulan Data.....	29
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
F. Uji Kualitas Data.....	31
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	36
B. Deskripsi Data .....	47
C. Uji Kualitas Data .....	49
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	52
E. Pembahasan .....	56
<b>BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>	
A. Simpulan .....	59
B. Saran.....	60
C. Keterbatasan Penelitian.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

2.1	Kinerja Marketing Mix .....	13
4.1	Profil Responden Pelanggan “JASTEL CDMA” .....	47
4.2	Hasil Pengujian Uji Validitas .....	50
4.3	Hasil Pengujian Uji Reliabilitas .....	51
4.4	Nilai Koefisien Regresi Sederhana .....	52
4.5	Nilai Koefisien Regresi Berganda .....	54

## **DAFTAR GAMBAR**

2.1 Penentu-penentu Nilai Pelanggan JASTEL CDMA .....	24
2.2. Model Penelitian .....	27

## INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah, untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi nilai pelanggan jasa pengguna jasa telekomunikasi CDMA (*Code Division Multiple Access*). Serta mencari variabel yang paling dominan mempengaruhi nilai pelanggan dalam menggunakan jasa telekomunikasi CDMA. Adapun variabel-variabel penelitian yang digunakan yaitu, variabel tuntutan pelanggan dan kinerja *marketing mix*. Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada pelanggan yang menggunakan JASTEL CDMA.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling* dan *purposive sampling*. Dan untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana dan analisis linear berganda. Yang dibantu dengan menggunakan program SPSS. Dari kedua variabel bebas tersebut, ternyata variabel kinerja *marketing mix* adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi nilai pelanggan dalam penggunaan JASTEL CDMA.

Kata kunci: tuntutan pelanggan, kinerja marketing mix dan nilai pelanggan

## **ABSTRACT**

*This research target is to analyze the variables influencing customer value, and also look for the most dominant variable influence the customer value that using CDMA (Code Division Multiple Access) telecommunication service.*

*Research variables used is variable of customer requirement and service marketing mix performance, based on a data obtained from research responden which collected by questioner. Questioner propagated to consumer which using CDMA (Code Division Multiple Access) Telekomunikation Service.*

*Technique that is used in taking sample is Accidental sampling and purposive sampling. To test the hypothesis, researcher use simple regression analysis and Multiple Regression Analysis supported by using program SPSS. From all variable of researched, in fact, variable of service marketing mix performance represent the most dominant variable influence the customer value that using CDMA (Code Division Multiple Access) Telekomunikation Service.*

*Key words: costumer requitment, service marketing performance and costumer value.*