

**PENGARUH *SERVICE FAIRNESS* DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT*
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA TELKOMSEL
DI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Arga Permana Putra
NPM : 18130210128
Bidang Studi : Manajemen
Program Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM KADIRI

FAKULTAS EKONOMI

KEDIRI

2023

**Judul Penelitian : Pengaruh *Service Fairness* dan *Customer Engagement*
terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Kediri**

Dosen Pembimbing : Dr. Miftahul Munir, SE., M.M
: Nuril Aulia Munawaroh S.Sos., M.M
Nama Mahasiswa : Arga Permana Putra
NPM :18.130210.128

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada pengaruh *Service Fairness* (X_1) dan *Customer Engagement* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Kota Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan mengambil pelanggan sebanyak 300 pelanggan di Kota Kediri sebagai sampel. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinan R^2 .

Hasil persamaan regresi $Y = 2,663 + 0,373 X_1 + 0,205 X_2 + e$. Hasil uji t ditemukan variabel *service fairness* (X_1) ditemukan Sig. 0,000 secara parsial variabel X_1 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji t dapat diketahui variabel *customer engagement* (X_2) ditemukan Sig. 0,000 secara parsial variabel X_2 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F sebesar 381,160 Sig = 0,000. Karena nilai Sig. kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak yang artinya secara simultan *service fairness* dan *customer engagement* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Service Fairness*, *Customer Engagement*, Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	13
2.2.1 Definisi Manajemen	13
2.2.2 <i>Service Fairness</i>	15
2.2.3 <i>Customer Engagement</i>	19
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1 Pengaruh <i>Service Fairness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.3.2 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.4 Kerangka Teoritik	28
2.5 Hipotesis	29
2.5.1 Pengaruh <i>Service Fairness</i> terhadap Kepuasan Pengguna	29
2.5.2 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap Kepuasan Pengguna.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	30

3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Lokasi Penelitian.....	30
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Sampel	31
3.5 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	32
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	32
3.7.1 Jenis Data.....	32
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.8 Identifikasi Variabel.....	34
3.9 Definisi Operasional Variabel	35
3.10 Teknik Analisis	40
3.10.1 Analisis Statistik.....	40
3.10.2 Uji Asumsi Klasik	41
3.10.3 Analisis regresi linier berganda.....	42
3.10.4 Uji Hipotesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Hasil Penelitian	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	45
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
4.2.1 Gambaran Umum Responden	47
4.2.2 Data Hasil Penelitian.....	53
4.3 Pengujian Instrumen.....	73
4.3.1 Uji Validitas	73
4.3.2 Uji Reliabilitas	74
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.1 Uji Normalitas.....	75
4.4.2 Uji Multikolinieritas	76
4.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	76
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.6 Pengujian Hipotesis.....	79

4.6.1 Uji t (Parsial).....	79
4.6.2 Uji F (Simultan)	80
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	80
4.7 Pembahasan dan Interpretasi	81
4.7.1 Pengaruh <i>Service Fairness</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengguna Telkomsel di Kota Kediri	81
4.7.2 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pengguna Telkomsel di Kota Kediri	82
4.7.3 Pengaruh Antara <i>Service Fairness</i> dan <i>Customer Engagement</i> Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pengguna Telkomsel di Kota Kediri	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
Lampiran I: Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran II : Rekap Data Kuesioner	94
Lampiran III : Data Distribusi Frekuensi Kuesioner	116
Lampiran IV : Data Jawaban Responden.....	117
Lampiran V : Tabel Uji Validitas Variabel X1	127
Lampiran VI : Uji Reliabilitas	132
Lampiran VII : Uji Asumsi Klasik	133
Lampiran VIII : Analisis Regresi Linear Berganda.....	134

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Skala Likert.....	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan	51
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Produk Yang Digunakan.....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Pengguna	52
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Service Fairness</i> (X1).....	53
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Engagement</i> (X2).....	57
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Heterokodestisitas	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.17 Uji T (Parsial).....	79
Tabel 4.18 Uji F (Simultan)	80
Tabel 4.19 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pelanggan Operator Seluler di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Teoritik.....	28