

SKRIPSI
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, BIAYA PERALIHAN, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI KOMITMEN
PELANGGAN INDIHOME DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: ESMERALDA

NIM: 115170477

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2022

SKRIPSI
PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, BIAYA PERALIHAN, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI KOMITMEN
PELANGGAN INDIHOME DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: ESMERALDA

NIM: 115170477

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama mahasiswa : Esmeralda
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115170477
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : Jalan Sunter Paradise II Blok F5/25. Sunter Agung.
Tanjung Priok. Jakarta Utara.
Telp: -
HP: 082213665611

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 20 Januari 2022


ESMERALDA

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ESMERALDA

N. P. M. : 115170477

PROGRAM/JURUSAN : EKONOMI MANAJEMEN

KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, BIAYA
PERALIHAN DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI
KOMITMEN PELANGGAN INDIHOME DI
JAKARTA.

Jakarta, 14 Januari 2022

Pembimbing,



(Dr. Cokki, S.E., M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ESMERALDA
NIM : 115170477
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN,
BIAYA PERALIHAN, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP RETENSI
PELANGGAN MELALUI KOMITMEN
PELANGGAN INDIHOME DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 27 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas :

1. Ketua Penguji : Dra. Rodhiah, MM
2. Anggota Penguji : Dr. Cokki, SE., MM
: Hannes Widjaja , SE., MM, M.Kom

Jakarta, 27 Januari 2022

Pembimbing,


(Dr. Cokki, SE., MM)

ABSTRACT
TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A). ESMERALDA (115170477)
- (B). *THE EFFECT OF CUSTOMER SATISFACTION, SWITCHING COST, AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER RETENTION THROUGH CUSTOMER COMMITMENT INDIHOME IN JAKARTA*
- (C). *XV + 102 Pages, 39 Tables, 10 Pictures, 11 Attachment*
- (D). *MARKETING MANAGEMENT*
- (E). *Abstract: This study aims to examine the effect of customer satisfaction, switching costs, and service quality on customer commitment and customer retention and then examine customer commitment as a mediation between customer satisfaction, switching costs, service quality on customer retention. The sample is 150 IndiHome service users in Jakarta. Convenience sampling method was used by distributing questionnaires which were then processed using PLS-SEM. The results of this study are customer satisfaction can affect commitment, but can't affect customer retention. Switching costs can't affect commitment, but can affect customer retention. Then, service quality can affect customer commitment and satisfaction, but cannot affect customer retention. Commitment can affect customer retention. Customer satisfaction, switching costs and service quality can't affect customer retention even though it has been mediated by commitment.*
- (F). *References*
- (G). Dr. Cokki, S.E., M.M

ABSTRAK
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A). ESMERALDA (115170477)
- (B). PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, BIAYA PERALIHAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI KOMITMEN PELANGGAN INDIHOME DI JAKARTA
- (C). XV + 102 Halaman, 39 Tabel, 10 Gambar, 11 Lampiran
- (D). MANAJEMEN PEMASARAN
- (E). Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan, biaya peralihan, dan kualitas layanan terhadap komitmen pelanggan dan retensi pelanggan kemudian menguji komitmen pelanggan sebagai mediasi antara kepuasan pelanggan, biaya peralihan, kualitas layanan terhadap retensi pelanggan. Sampel yang diambil adalah 150 pengguna layanan IndiHome di Jakarta. Metode *convenience sampling* digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner yang kemudian diolah menggunakan *PLS-SEM*. Hasil dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi komitmen, namun tidak dapat mempengaruhi retensi pelanggan. Biaya peralihan tidak dapat mempengaruhi komitmen, namun dapat mempengaruhi retensi pelanggan. Kemudian, kualitas layanan dapat mempengaruhi komitmen dan kepuasan pelanggan, namun tidak dapat mempengaruhi retensi pelanggan. Komitmen dapat mempengaruhi retensi pelanggan. Kepuasan pelanggan, biaya peralihan dan kualitas layanan tidak dapat mempengaruhi retensi pelanggan walaupun telah di mediasi oleh komitmen.
- (F). Daftar Acuan
- (G). Dr. Cokki, S.E., M.M

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Cokki S.E, MM., yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidiji Widoatmodjo, S.E, MM., MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni S.E, MM., selaku Kepala Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Para dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Kepada Tirza Linda selaku ibu saya yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Kepada Rahmah, Winny Pratiwi, Annisa Shofi, Mega Tri, Vera Laviana, Desi Dwi, Yanico, Sandi, Ferry Irawan yang selalu menemani dan memotivasi penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini.
8. Kepada R1SE yang selalu menjadi penyemangat saya melalui karya-karya musiknya.
9. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 23 Desember 2021

Penulis,

Esmeralda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	3
3. Batasan Masalah	3
4. Rumusan Masalah.....	4
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	5
1. Tujuan	5
2. Manfaat	6

BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	7
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL	7
C. KAITAN ANTAR VARIABEL	14
D. PENELITIAN YANG RELEVAN.....	21
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. DESAIN PENELITIAN.....	29
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL DAN UKURAN SAMPEL	29
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	30
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	36
E. ANALISIS DATA	28
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN	41
B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	43
C. HASIL ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS	50
D. HASIL ANALISIS DATA	53
E. HASIL UJI HIPOTESIS DAN MEDIASI.....	55
F. PEMBAHASAN	63
BAB V PENUTUP	70
A. KESIMPULAN.....	70
B. KETERBATASAN DAN SARAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	101

DAFTAR PUSTAKA

- Afiuc, O., Bonsu, S. K., Manu, F., Knight, C. B., Panda, S., & Blankson, C. (2020). Corporate social responsibility and customer retention: Evidence from the telecommunication industry in Ghana. *Journal of Consumer Marketing*, 38(1), 15-26. <https://doi.org/10.1108/jcm-10-2019-3459>
- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2012). The impact of experiential marketing and customer satisfaction on customer commitment in the world of social networks. *Asian Social Science*, 9(1). <https://doi.org/10.5539/ass.v9n1p262>
- Amanah, D. (2021). CUSTOMER RETENTION: SWITCHING COST AND BRAND TRUST PERSPECTIVES. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53. <https://doi.org/10.2307/1252310>
- Berry, L. L. (1995). Relationship marketing of services--growing interest, emerging perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 236-245. <https://doi.org/10.1177/009207039502300402>
- Bitner, M. J. (1995). Building service relationships: It's all about promises. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), 246-251. <https://doi.org/10.1177/009207039502300403>
- Bloemer, J., & Odekerken-Schröder, G. (2003). Antecedents and consequences of affective commitment. *Australasian Marketing Journal*, 11(3), 33-43. [https://doi.org/10.1016/s1441-3582\(03\)70133-5](https://doi.org/10.1016/s1441-3582(03)70133-5)
- Cokki. (2018). Analisis faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen warnet di sekitar universitas tarumanagara. *Business & Management Journal Bunda Mulia*, 4(1), 50-74. <http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v4i1.649>

- Cronin, J., Brady, M. K., & Hult, G. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218. [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(00\)00028-2](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(00)00028-2)
- Cronin, J. J. (2003). Looking back to see forward in services marketing: Some ideas to consider. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(5), 332-337. <https://doi.org/10.1108/09604520310495813>
- Czepiel, J. A., & Rosenberg, L. J. (1977). Consumer satisfaction: Concept and measurement. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 5(4), 403-411. <https://doi.org/10.1007/bf02722070>
- Edward, M., & Sahadev, S. (2011). Role of switching costs in the service quality, perceived value, customer satisfaction and customer retention linkage. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 23(3), 327-345. <https://doi.org/10.1108/13555851111143240>
- Fullerton, G. (2014). The moderating effect of normative commitment on the service quality-customer retention relationship. *European Journal of Marketing*, 48(3/4), 657-673. <https://doi.org/10.1108/ejm-06-2011-0333>
- Gremler, D. D., & Brown, S. W. (1996). Service loyalty: its nature, importance, and implications. *Advancing service quality: A global perspective*, 5(1), 171-181.
- Heide, J. B., & Weiss, A. M. (1995). Vendor consideration and switching behavior for buyers in high-technology markets. *Journal of Marketing*, 59(3), 30. <https://doi.org/10.2307/1252117>
- Hennig-Thurau, T. (2004). Customer orientation of service employees. *International Journal of Service Industry Management*, 15(5), 460-478. <https://doi.org/10.1108/09564230410564939>
- Huang, M. (2007). The influence of selling behaviors on customer relationships in financial services. *International Journal of Service Industry Management*, 19(4), 458-473. <https://doi.org/10.1108/09564230810891905>

- Javadein, S., Khanlari, A. K., & Estiri, M. (2008). Customer loyalty in the sport services industry: the role of service quality, customer satisfaction, commitment and trust. <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/ijhs/article/view/456>
- LEE, H. J., & SEONG, M. H. (2020). A study on the effects of business service quality on satisfaction, commitment, performance, and loyalty at a private University. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 439-453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.439>
- Lee, R., & Neale, L. (2012). Interactions and consequences of inertia and switching costs. *Journal of Services Marketing*, 26(5), 365-374. <https://doi.org/10.1108/08876041211245281>
- Mahmoud, M. A., Hinson, R. E., & Adika, M. K. (2018). The effect of trust, commitment, and conflict handling on customer retention: The mediating role of customer satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, 17(4), 257-276. <https://doi.org/10.1080/15332667.2018.1440146>
- Moenardy, K. K. (2016). The Effect of Service Quality and Relationship Marketing to Customer Value, Customer Satisfaction, Switching Cost, and Customer Retention: A Case Study on the Customers of Bank NTT at East Nusa Tenggara Province. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3, 48-63.
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314. <https://doi.org/10.2307/3172742>
- Oscar, Y., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 20–28. <http://dx.doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3300>

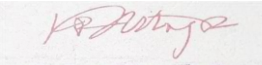
- Shafei, I., & Tabaa, H. (2016). Factors affecting customer loyalty for mobile telecommunication industry. *EuroMed Journal of Business*, 11(3), 347-361. <https://doi.org/10.1108/emjb-07-2015-0034>
- Sharma, N., & Patterson, P. G. (2000). Switching costs, alternative attractiveness and experience as moderators of relationship commitment in professional, consumer services. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 470-490. <https://doi.org/10.1108/09564230010360182>
- Sigit Parawansa, D. A. (2018). Effect of commitment and customers' satisfaction on the relationship between service quality and customer retention in rural banks in Makassar, Indonesia. *Journal of Management Development*, 37(1), 53-64. <https://doi.org/10.1108/jmd-12-2016-0303>
- Wirtz, J., Mattila, A. S., & Tan, R. L. (2007). The role of arousal congruency in influencing consumers' satisfaction evaluations and in-store behaviors. *International Journal of Service Industry Management*, 18(1), 6-24. <https://doi.org/10.1108/09564230710732876>
- Xavier, P., & Ypsilanti, D. (2008). Switching costs and consumer behaviour: Implications for telecommunications regulation. *Info*, 10(4), 13-29. <https://doi.org/10.1108/14636690810887517>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2. <https://doi.org/10.2307/1251446>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31. <https://doi.org/10.2307/1251929>
- Şahin, A., Kitapçı, H., & Zehir, C. (2013). Creating commitment, trust and satisfaction for a brand: What is the role of switching costs in mobile phone market? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99, 496-502. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.518>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama	: Esmeralda
Jenis Kelamin	: Perempuan
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Kristen Protestan
Tempat/Tanggal Lahir	: Jakarta, 1 Januari 1999
Alamat	: Jalan Sunter Paradise II Blok F05/25. Sunter Agung. Jakarta Utara.
Riwayat Pendidikan	: 2017 – 2021 Universitas Tarumanagara 2014 – 2017 SMK Santo Lukas Sunter 2011 – 2014 SMP Santo Lukas Sunter 2005 – 2011 SD Nazareth Kudus

Turnitin Originality Report

Processed on: 18-Jan-2022 07:01 WIB
ID: 1743211179
Word Count: 12627
Submitted: 1


(Lerbin R. Artonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index
6%

Similarity by Source
Internet Sources: 6%
Publications: 6%
Student Papers: N/A

PENGARUH KEPUASAN
PELANGGAN, BIAYA
PERALIHAN, DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP RETENSI
PELANGGAN MELALUI

KOMITMEN PELANGGAN
INDIHOME DI JAKARTA By
Sm Esmeralda Esmeralda

1% match (Internet from 05-Aug-2021)

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/3698/3713/>

1% match (Internet from 26-May-2021)

<https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/download/39/37/>

1% match (Internet from 14-Dec-2021)

<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmieb/article/download/13283/8276>

1% match (Internet from 28-Jul-2021)

<https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/download/1306/811/>

1% match ()

[Hendra, Timotius. "PENGARUH NILAI, KUALITAS PELAYANAN, PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN", 'Universitas Merdeka Malang', 2017](#)

1% match (Internet from 17-Nov-2020)

<https://123dok.com/document/vd24rk6q-pengaruh-kualitas-pelayanan-harga-kepuasan-loyalitas-pelanggan-pasien.html>

SKRIPSI PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN, BIAYA PERALIHAN, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP RETENSI PELANGGAN MELALUI KOMITMEN PELANGGAN INDIHOME DI JAKARTA DIAJUKAN OLEH: NAMA: ESMERALDA NIM: 115170477 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. PERMASALAHAN 1. Latar Belakang Masalah Pada zaman modern ini, kemajuan teknologi dan jaringan internet memang sedang berkembang pesat. Hal ini tentu saja membuat permintaan dari masyarakat meningkat untuk memudahkan dalam berkomunikasi. Saat ini, masyarakat lebih banyak memilih jaringan internet Wi-Fi yang harganya terjangkau namun memiliki kualitas yang baik. Salah satu faktor yang mendukung adalah Wi-Fi dapat memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi, mengirim file atau pesan teks, mencari informasi, dan lain- lain dibandingkan dengan paket internet data seluler. Salah satu provider jaringan Wi-Fi terbesar di Indonesia adalah Indonesia Digital HOME atau yang biasanya disingkat menjadi IndiHome. IndiHome merupakan salah satu produk layanan internet dan komunikasi dari PT.