KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER XL

(Studi Kasus pada Santri Pengguna Provider XL di Pondok Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta)

SKRIPSI

DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM

Oleh:

Ivone Herdiyanti Widya Marta
NIM. 09390013

PEMBIMBING:

1. **Dra. Hj. Widyarini, MM**
2. **M. Kurnia Rahman Abadi, SE, MM**

JURUSAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013

ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan tidak puas. Terdapat banyak pengaruh yang mendasari kepuasan konsumen antara lain produk, tarif, pelayanan, dan kerja sama (promosi penjualan).

Dalam penelitian ini hanya menggunakan empat variabel pengaruh kepuasan konsumen pengguna provider XL yakni persepsi konsumen terhadap produk, tarif, pelayanan dan kerja sama (promosi penjualan) studi kasus pada santri di Pondok Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta. Persepsi digunakan karena anggapan atau pandangan seseorang terhadap suatu obyek berbeda-beda. Provider XL merupakan provider yang menyediakan berbagai paket, baik paket telepon, SMS, dan paket internet.

Populasi di dalam penelitian ini adalah santri pengguna provider XL di Pondok Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan menggunakan *accidental sampling*. Model statistic yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen terhadap produk, tarif, pelayanan dan kerja sama secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna provider XL. Sedangkan untuk uji parsial, variabel persepsi konsumen terhadap produk, dan kerja sama berpengaruh positif signifikan. Variabel tarif berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel persepsi konsumen terhadap pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna provider XL.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Persepsi Konsumen Terhadap Produk, Tarif, Pelayanan dan Kerja sama (promosi penjualan).

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Nota Dinas
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Ivone Herdiyanti Widya Marta
N.I.M : 09390013
Judul : **Kepuasan Konsumen Pengguna Provider XL (Studi Kasus pada Santri Pengguna Provider XL di Pondok Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta)**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini diharapkan agar skripsi/tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 30 Rabiul Awal 1934 H
30 Januari 2013 M
Pembimbing I

Dra. Hj. Widyarini, MM

NIP. 19600407 1986012 002

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga UIN.02/K.KUI.SKR/PP.00.9/ /2013

Pengesahan Skripsi / Tugas Akhir

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul	: Kepuasan Konsumen Pengguna Provider XL (Studi Kasus pada Santri Pengguna Provider XL di Pondok Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta)
Yang dipersiapkan dan disusun oleh,	
Nama	: Ivone Herdiyanti Widya Marta
NIM	: 09390013
Telah dimunaqosyahkan pada	: Jum'at, 8 Februari 2013
Nilai Munaqosyah	: A/B

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tim Munaqosyah

Ketua

Dra. Hj. Widyarini, MM
NIP. 19600407 1986012 002

Penguji I

Sunaryati, S.E., M.Si.
NIP. 19751111 200212 2 002

Penguji II

Drs. Ibnu Muhdir, M.Ag.
NIP. 19641112 199203 1 006

Yogyakarta, 18 Februari 2013
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Syari'ah dan Hukum
Dekan

KEMENTERIAN AGAMA UIN SUNAN KALIJAGA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM YOGYAKARTA

Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D.
NIP. 19711207 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Ivone Herdiyanti Widya Marta
NIM	: 09390013
Program Studi	: Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Kepuasan Konsumen Pengguna Provider XL (Studi Kasus pada Santri di Pondook Pesantren Krapyak Komplek Nurussalam Yogyakarta)"** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 30 Rabiul Awal 1434 H
30 Januari 2013 M

Ketua Prodi Keuangan Islam	Penyusun
Drs. Slamet Khilmi, M.Si.	Ivone Herdiyanti W. M
NIP. 19631014 199203 1 002	NIM. 07390113

MOTTO

Bersabar, Selalu Tersenyum, dan Tawwakal…

Itulah Jawaban dari Setiap Ujian yang Datang…

Walau Terkadang Pahit….

Ikhlas itu seperti semut hitam

diatas batu hitam...

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

Alm. Ayah ku tercinta yang telah mewariskan sejuta cinta kasih kepadaku

Bapak dan Ibu yang selalu mendampingiku dalam setiap langkahku

Dimas Triambodo, motivator dan pengisi cinta dalam hari-hariku

Sahabat-sahabat terindahku (Vika Mustafidan, rika, tutik, Virgin).

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	bâ’	b	be
ت	tâ’	t	te
ث	ṡâ’	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥâ’	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	khâ’	kh	ka dan ha
د	dâl	d	de
ذ	żâl	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	râ’	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣâd	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍâd	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭâ’	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓâ’	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fâ’	f	ef
ق	qâf	q	qi
ك	kâf	k	ka
ل	lâm	l	`el
م	mim	m	`em
ن	nun	n	`en
و			w

ه ء ي	wâwû hâ’ hamzah yâ’	w h ’ Y	ha apostrof Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعّددة عدّة	Ditulis Ditulis	Muta‘addidah ‘iddah

C. Ta’ Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة علّة	Ditulis Ditulis	Hikmah ‘illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامةالأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ’

3. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاةالفطر	Ditulis	Zakâh al-fiṭri

D. Vokal Pendek

ـَ	fathah	ditulis	A
فعل		ditulis	fa’ala
ـِ	kasrah	ditulis	i
ذكر		ditulis	żukira
ـُ	dammah	ditulis	u
يذهب		ditulis	yażhabu

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	ditulis	â
	جاهلية	ditulis	jâhiliyyah
2	fathah + ya’ mati	ditulis	â
	تنسى	ditulis	tansâ
3	kasrah + ya’ mati	ditulis	î
	كريم	ditulis	karîm
4	dammah + wawu mati	ditulis	û
	فروض	ditulis	furûd

F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya’ mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	bainakum
2	fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan Apostrof

ااانتم	ditulis	a’antum
أعدت	ditulis	u‘iddat
لئن شكرتم	Ditulis	La’in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

القرآن	ditulis	al-Qur’ân
القياس	Ditulis	Al-Qiyâs

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	as-Samâ’
الشمس	Ditulis	Asy-Syams

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Żawî al-furûd
اهل السنة	Ditulis	ahl as-sunnah

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العلمين، أشهد أن لا اله إلا الله وأشهد أن محمدًا عبده و رسوله.

اللهم صل و سلم على أشرف الانبياء والمرسلين، وعلى اله و صحبه أجمعين.

و بعده

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kehadlirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Kepuasan Konsumen Pengguna Provider XL (Studi Kasus pada Santri di Komplek Nurussalam Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta)"**. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehadirat junjungan Nabi besar Muhammad Saw. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penyusunannya, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak dari pembuatan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis merasa perlu untuk menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musa Asy'arie, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Noorhaidi, M. A., M. Phil., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Gus Fairuzi Afiq, Alh selaku Pimpinan Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.
4. Bapak Drs. Slamet Khilmi, M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Dra. Hj. Widyarini, M.M selaku pembimbing I, yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak M. Kurnia Rahman Abadi, SE, MM selaku pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penulisan skripsi ini.
7. Alm. Ayah tercinta yang telah mewariskan senyum yang indah untuk putrimu, kini putrimu telah menjadi Sarjana…Ayah. :')
8. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayang, cinta kasih dan sejuta kerinduan yang mendalam disaat kita jauh.
9. Kakak-kakak tersayangku (Mas dedi & Mbak Pepi), walau raga kita jauh…tapi percayalah, adikmu bisa Kau banggakan.
10. Segenap staf Tata Usaha Prodi Keuangan Islam dan staf Tata Usaha Fakultas Syariah dan Hukum yang memberi kemudahan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan.
11. Segenap staf Bank Mini UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pelatihan sistem perbankan.
12. Segenap teman-teman Komplek Nurussalam Pondok Pesantren Krapyak yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner.

13. Teman-teman KUI agkatan 2009 yang telah memberikan semangat, motivasi, dan kebersamaannya selama ini.
14. Sahabat-sahabat ***terindah*** ku (Vika Mustafidan, Rika, Astuti, Virgin Nigita, Aulia Alim), thanks untuk kebersamaan kita yang tak akan terlupakan**.**
15. Kekasih hati ku, Dimas Triambodo jangan pernah lelah untuk mencintaiku.
16. Kang Rudi beserta istri (Mbak Anis), makasih atas do'a dan nasihatnya selama ini.
17. Neng Qory, Rohman "justin", Muhib "Ndud", Kang Imam, Kang Nasrul, Humer, Dek Marti, Odong…makasih telah membantu dalam survei lokasi penelitian.

Peneliti menyadari skripsi ini jauh dari sempurna. Namun, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta,30 Januari 2013
Penyusun,

Ivone Herdiyanti W. M
09390013

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

ABSTRAK ii

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI iii

HALAMAN PENGESAHAN v

HALAMAN PERNYATAAN vi

HALAMAN MOTTO vii

HALAMAN PERSEMBAHAN viii

TRANSLITERASI ix

KATA PENGANTAR xiii

DAFTAR ISI xvi

DAFTAR TABEL xix

DAFTAR GAMBAR xxi

DAFTAR LAMPIRAN xxii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Pokok Masalah 4

C. Tujuan Penelitian 4

D. Kegunaan Penelitian 5

E. Sistematika Pembahasan 5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka 7

B. Kerangka Teori 8

1. Pemasaran 8
2. Konsep Pemasaran 9
3. Pemasaran Jasa 9
4. Unsur-unsur Bauran Jasa 11
5. Karakteristik Jasa 12
6. Promosi 12
7. Karakteristik Pemasaran Perspektif Syariah 14
8. Perilaku Konsumen 15
9. Perilaku Konsumen Menurut Pandangan Islam 21
10. Teori Kepuasan Konsumen 22
11. Kepuasan Konsumen Menurut Islam 26
12. Mengukur Kepuasan Konsumen 28

C. Kearangka Pemikiran 30
D. Hipotesis 31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian 35
B. Populasi dan Sampel 35
C. Waktu dan Tempat Penelitian 36
D. Teknik Pengumpulan Data 36
E. Sumber Data 37
F. Definisi Operasional Variabel 38
G. Instrumen Penelitian 40
H. Pengembangan Instrumen Penelitian 42

I. Pengujian Instrumen Penelitian..... 44

J. Teknik Analisis Data dan Interprestasi Hasil Penelitian..... 45

K. Sejarah Singkat Provider XL 50

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kualitatif 52

B. Analisis Kuantitatif 65

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian..... 65

a. Uji Validitas 65

b. Uji Reliabilitas 67

2. Hasil Uji Asumsi Klasik 70

a. Uji Normalitas 70

b. Uji Heteroskedasitas 72

c. Uji Multikolinieritas 72

3. Analisis Regresi Linier Berganda 74

a. Uji F 74

b. Koefisien Determinasi 75

c. Uji t 76

4. Uji Hipotesis 77

5. Interpretasi Pembahasan 79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 83

B. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 85

LAMPIRAN 87

DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**

3.1 Tabel Pengembangan Instrumen Kuisioner..... 43

3.2 Tabel Arti Uji Signifikansi Satu Sisi 50

4.1 Jenis Kelamin 52

4.2 Uang Saku Responden Per Bulan..... 53

4.3 Penghasilan Orang Tua Responden..... 53

4.4 Pekerjaan Orang Tua Responden 53

4.5 Modus Umur dan Status Kelas Sosial Responden..... 54

4.6 Alasan Utama Responden Menggunakan XL 54

4.7 Lama Penggunaan Provider XL 55

4.8 Daftar Paket Yang Digunakan Saat Ini 56

4.9 Pergantian Paket Responden 56

4.10 Provider Yang Digunakan Responden selain XL..... 57

4.11 Modus Penggunaan XL 57

4.12 Ketertarikan Iklan XL di TV 59

4.13 Ranking Iklan Versi XL 60

4.14 Modus Iklan XL di TV 60

4.15 Tindakan Responden saat Dibohongi 62

4.16 Diskon di Toko yang Dimanfaatkan Oleh Responden 62

4.17 Etika Bisnis 64

4.18 Hasil Uji Validitas 66

4.19 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Produk..... 67

4.20 Hail Uji Reliabilitas Terhadap Tarif 68

4.21 Hail Uji Reliabilitas Terhadap Pelayanan 68

4.22 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Kerja Sama..... 69

4.23 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan..... 69

4.24 Nilai Uji Normalitas 71

4.25 Tabel Uji Multikolinieritas 73

4.26 Tabel Arti Signifikansi Uji Satu Sisi 74

4.27 Hasil Uji F 75

4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 76

4.29 Hail Uji-t 77

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**

2.1 Tahapan Kepuasan Konsumen 26

2.2 Kerangka Pemikiran 31

4.1 Scatterplot..... 72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Halaman**

1. Terjemah Al-Qur'an I
2. Data Profil Responden II
3. Output SPSS Data Responden VII
4. Rekapitulasi Data Responden XXI
5. Hasil Analisis Data XXIII
6. Uji Multikolinieritas XXVI
7. Uji Normalitas XXVII
8. Hasil Uji F XXVIII
9. Hasil Uji t XXIX
10. Koefisien Determinasi XXIX
11. Surat Izin Penelitian XXX
12. Kuisioner Penelitian XXXI
13. Curikulum Vitae XXXVII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, maka penggunaan alat teknologi modern juga semakin dibutuhkan. Masyarakat semakin membutuhkan komunikasi yang mudah, murah, dan yang lebih baik. diiringi Kondisi ini semakin terasa dengan adanya perubahan dari penggunaan surat untuk penyampaian informasi kepada orang lain, dengan menggunakan handphone. Kelebihan dari handphone bisa selain informasi lebih cepat sampai ke tujuan juga lebih praktis, meskipun kadang mengurangi tingkat kesopanan bagi orang timur, namun demikian HP merupakan salah satu alat untuk berkomunikasi jarak jauh yang sangat diminati oleh masyarakat.

Penggunaan HP perlu adanya pulsa sebagai alat pembayaran yang disediakan oleh beberapa provider. Semakin murah pembayaran atau pemotongan pulsa dalam penggunaan, konsumen akan semakin merasa puas. Kondisi ini merupakan salah satu penyebab terciptanya persaingan yang semakin ketat diantara para pengusaha. Konsekuensinya adalah perusahaan harus mampu menentukan kebijakan strategi pemasaran yang efektif agar dapat mencapai sasaran atau target penjualan tertentu. Perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan lingkungan yang berkembang dengan cepat dan menerima tantangan baru yang membutuhkan tanggapan dan cara

penyelesaian yang baru pula. Manajer yang kreatif mampu mengubah tantangan menjadi suatu peluang untuk dapat mengembangkan usahanya. Demikian juga dengan pengusaha provider, pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilaksanakan oleh pengusaha dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Pemasaran berperan penting dalam usahanya untuk memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Perusahaan selalu berinovasi untuk selalu menghasilkan produk yang unggul. Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan yang bersaing di pasar global.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan yang harus selalu dikaji ulang. Kepuasan konsumen merupakan landasan utama untuk dapat terus berkembang di lingkungan pasar yang selalu berubah. Untuk itu perusahaan perlu melakukan inovasi terhadap produknya. Menciptakan konsumen yang loyal bisa dilakukan dengan beberapa cara antara lain: mencari informasi tentang keinginan konsumen yang mampu memberikan manfaat dan kepuasan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi seluler adalah PT Exelcomindo Pratama Tbk. Berbagai inovasi dilakukan untuk menjadi prduk pilihan masyarakat sehingga mampu memenangkan persaingan. Perubahan produk provider yang tergolong cepat, mengharuskan perusahaan XL juga menciptakan berbagai tawaran produk, seperti paket telepon dan paket SMS. Selain dengan beragamnya produk yang diciptakan, perusahaan XL juga melakukan inovasi tarif, karena dengan tarif konsumen

bisa melakukan perbandingan dengan provider lain. Informasi tarif yang transparan, murah, jelas dan lengkap merupakan harapan konsumennya. Selain itu konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan *(expected service)* dan jasa yang dirasakan *(perceived service)*. Pelayanan dalam hal ini adalah pelayanan *Customer Sevice* XL kepada konsumen. Keramahan cepat tanggap dari karyawan XL juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen XL.

Promosi merupakan bagian penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan XL. Di penelitian ini promosi hanya detekankan pada *sales promotion,* yaitu penggabungan promosi dari dua perusahaan untuk memberikan potongan harga kepada konsumen yang menggunakan provider XL. Sebagai contoh toko kue Parsley memberikan potongan 10% untuk konsumen yang menggunakan provider XL, dengan cara menunjukkan providernya saat bertransaksi.

Pondok pesantren Krapyak komplek Nurussalam adalah salah satu pondok pesantren yang besar di Yogyakarta. Memiliki 300 santri putra dan putri dan terdiri dari beberapa kelas sosial. Mayoritas santri di Pondok Pesantren Krapyak komplek Nurussalam diizinkan membawa handphone, namun demikian para santri menggunakan beraneka ragam provider yang dipandang paling cocok bagi kebutuhan mereka.

Produk yang diciptakan XL beraneka ragam, yang tidak semua provider lain memilikinya. Misalnya paket “Banyak” yang didalamnya terdapat

beberapa pilihan misalnya paket SMS, pilihannya 5hr Rp5rb, 14hr Rp10rb, 30hr Rp 25rb, 90hr Rp50rb. Sehingga para santri yang menggunakan akan semakin termudahkan dan lebih irit dengan adanya pilihan paket tersebut. Karena banyak para santri komplek Nurussalam yang berasal dari luar kota, yang itu memerlukan HP untuk komunikasi dengan keluargaau kerabat mereka..

Di dalam penelitian ini, ditekankan pada Santri pengguna XL, karena memiliki beragam paket yang dapat dipilih, sesuai kemampuan para santri. Untuk itu penelitian ini mengambil judul "Kepuasan Konsumen Pengguna Provider XL (Studi Kasus pada Santri Pengguna Provider XL di Komplek Nurussalam Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta)".

B. Pokok Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

Apakah faktor persepsi produk, tarif, pelayanan dan kerja sama berpengaruh positif terhadap kepuasaan konsumen pengguna provider XL di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor persepsi produk, tarif, pelayanan dan kerja sama terhadap kepuasan konsumen pengguna provider XL.

2. Memberikan sumbangan pemikiran yang berhubungan strategi periklanan di bidang telekomunikasi pada PT. Exelindo

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khasanah teori dan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta memberikan kontribusi dalam bidang ilmu pemasaran.
2. Bagi peneliti, menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
3. Bagi praktisi bisnis, sebagai referensi dalam merumuskan strategi yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.

E. Sistimatika Pembahasan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai telaah pustaka, kerangka teoritik, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis.

BAB III: Data Perusahaan

Dalam bab ini akan diuraikan tentang gambaran umum perusahaan yang diteliti dan data perusahaan yang dianalisis.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini akan diuraikan tentang hasil analisis data disertai dengan kesimpulan dan saran atas kelemahan-kelemahan yang ada.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran secara garis besar atas hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Hasil uji F menunjukkan bahwa model berpengaruh positif signifikan yaitu kepuasan konsumen dipengaruhi secara bersama-sama oleh persepsi produk, tarif, pelayanan dan kerja sama (promosi penjualan).
2. Hasil uji parsial, variabel independen yang terdiri dari persepsi konsumen terhadap produk berpengaruh positif signifikan moderat terhadap kepuasan konsumen. Variabel persepsi konsumen terhadap tarif berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel persepsi konsumen terhadap kerja sama (promosi penjualan) berpengaruh positif signifikan kuat terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel persepsi konsumen terhadap pelayanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran

1. Bagi perusahaan provider XL, untuk selalu berinovasi dalam menciptakan penggunaan produk, misalnya menambah paket-paket lain yang lebih beragam dengan meminimalkan tarif guna menarik minat para pelanggan, serta memudahkan pelayanan, misalnya tidak hanya membuka galeri-galeri *Customer Service* di setiap kota. Transparan dalam menyampaikan tarif juga akan membantu perusahaan untuk meningkatkan konsumen pengguna provider XL. salah satu permasalahan yang terjadi saat ini adalah

perusahaan XL tidak transparan dalam menyampaikan tarif tidak beretika, baik penyampaian di iklan ataupun pada brosur-brosur. Serta menambah kerja sama dengan toko-toko atau perusahaan lain, misalnya menjalin kerja sama dengan *outlet* atau butik-butik yang sering dikunjungi oleh remaja-remaja putri, sehingga bisa menambah kepuasan konsumen dalam menggunakan XL.

2. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat menambah faktor-faktor kepuasan konsumen lainnya seperti jaringan luas, atau faktor-faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Al Quran

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2006.

Buku

Engel, James F. dkk.*Perilaku Konsumen*, alih bahasa Budiyanto, cet. Ke-1 Jakarta: Binarupa Aksara.1994

Ferdinand , Augusty,. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategik*, Research Paper Serie, No. 01/Mark/01/2000

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005)

Hadi, Syamsul. *Metodologi Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi.* (Yogyakarta: Ekonisia, 2009)

Kartajaya, Hermawan dan M. Syakir Sula, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Mizan Pustaka, 2006)

Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 1, edisi ke-8, Jakarta: Erlangga, 2001.

Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT Macanan Jaya Cemerlang).

Lupioadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2009)

Maarif, M. Syamsul dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi*, (Jakarta: PT. Grasindo, januari 2003)

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Computindo, 2000)

Stanton, *Prinsip Pemasaran*, alih bahasa Yohanes Lamarto, edisi ke-7 (Indonesia; Erlangga,1984)

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE, 1982)

Tjiptono, Fandy. *Prinsip & Dinamika Pemasaran.* Edisi Pertama. (Yogyakarta: J & J Learning, 2000)

Yazid, *Pemasaran Jasa*, edisi ke-2 (Yogyakarta; Ekonisia, 2003)

Jurnal

Rusman, Moh. *"Analisis Kepuasan Konsumen Kualitas Jasa PT. TELKOM tbk"*. Jurnal Ekonomi. Surabaya: 2004.

Skripsi

Pratiwi, Septa. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Beralih Merek Pada Kartu Selluler Lain IM3 Ke Kartu Selluler Lain (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro). *Skripsi*. (Seamarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. 2010)

Patopo, Pandji. Analisis Pengaruh Brand Images dan Product Features Kartu GSM Mentari Terhadap Loyalitas Konsumen. *Skripsi* Sarjana. (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII. 2004).

CURRICULUM VITAE

Nama : Ivone Herdiyanti Widya Marta

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 9 November 1990

Alamat : Jl. Raya Solo 190 Kauman – Somoroto - Ponorogo

Contact Person : 085726244438

E-mail : Ivone_marta19@yahoo.com

PENDIDIKAN FORMAL

1995 - 1997	TK PGRI Kauman Somoroto
1997 - 2003	SDN 1 Somoroto
2003 - 2006	SMP Terpadu Ponorogo
2006 - 2009	SMAN 1 Sleman
2009 - 2013	Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga

PENGALAMAN ORGANISASI

- ✓ Forum Studi Ekonomi Islam (ForSEI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta