

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS
PRODUK TELKOMSEL PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS QUALITY**

SKRIPSI

O l e h:

MUHAMMAD UMAR

NPM:2102020012



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2025

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP LOYALITAS
PRODUK TELKOMSEL PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS QUALITY
SKRIPSI**

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-
syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas

Sosial dan Hukum Universitas Quality

O l e h:

MUHAMMAD UMAR

NPM:2102020012



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY
MEDAN
2025**

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP LOYALITAS PRODUK
TELKOMSEL PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS QUALITY.
Nama : MUHAMMAD UMAR
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : SOSIAL DAN HUKUM

Medan, 17 February 2025

Menyetujui
Tim Pembimbing

Pembimbing Utama



Maria Kristina Situmorang SE.,M.Si
NIP.0107018804

Pembimbing Pendamping



Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si
NIP.0112049001

Ketua Program Studi
Universitas Quality



Rikawati Ginting Munthe SE.,M.Si
NIP.0114028003

Dekan Soshum
Universitas Quality



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP
NIP.0107038901

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Umar

NPM : 2102020012

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Sosial Dan Hukum Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **"Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Loyalitas Produk Telkomsel Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality."** merupakan asli hasil karya peneliti, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh peneliti lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya tulis lain dan atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang peneliti peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sehat dan sadar tanpa adanya campur tangan atau tekanan dari pihak manapun juga.

Medan, 30 April 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Umar
NPM: 2102020012

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Keterangan Diri

1. Nama : MUHAMMAD UMAR
2. Tempat/Tanggal Lahir : Tembung, 07 07 2003
3. Jenis Kelamin : Laki Laki
4. Agama : Islam
5. Status : Belum Menikah
6. Jumlah Bersaudara : Anak Ke 4 dari 6 Bersaudara
7. Pekerjaan : Mahasiswa
8. Alamat : Dusun IV Gg Puskesmas Tembung
9. Jenjang Pendidikan : S1
10. No Telpon : 082183258255
11. Email : umarmuhammad2003@gmail.com
12. Nama Orang Tua
 - A. Ayah : SUDARMA
 - B. Ibu : JULIANA LUBIS
13. Pekerjaan Orang Tua
 - A. Ayah : Becak Barang/Mesin
 - B. Ibu : Ibu Rumah Tangga

B. Riwayat Pendidikan

No	Nama Sekolah	Tahun Masuk	Tahun Tamat
1	SD Negeri 101768 Tembung	2009	2015
2	SMPN 1 Percut Sei Tuan	2015	2018
3	SMK Negeri 10 Medan	2018	2021
4	Universitas Quality Medan	2021	2025

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Marketing mix* Terhadap Loyalitas Produk Telkomsel Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality”**. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Holden Simbolon, S.Si., M.Pd Selaku Rektor Universitas Quality.
2. Ibu Rita Herlina Br Perangin-angin, S.Pd., M.Pd Selaku Wakil Rektor Universitas Quality.
3. Ibu Vina Maria Ompusunggu, SSos., MSP Selaku Dekan Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
4. Ibu Rikawati Ginting Munthe, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
5. Ibu Maria Kristina Situmorang, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberi bimbingan, pengarahan, perhatian serta masukan yang sangat berguna kepada penulis selama penulisan proposal skripsi ini.
6. Ibu Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si Selaku Dosen Pendamping sekaligus Dosen Moral Etik yang telah menyediakan waktu dan tenaga serta bimbingan, perhatian dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini sehingga tersusun dengan baik dan benar.

7. Bapak dan Ibu dosen/staff pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Quality.
8. Teristimewa penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada orangtua penulis yaitu Bapak Sudarma yang selalu memberi doa, dukungan, nasihat, dan membantu penulis hingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Terimakasih Penulis ucapkan kepada kelas 2A41 yang memberikan motivasi dan sama-sama saling berjuang dari semester I sampai saat ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan penulisan proposal skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menambah wawasan untuk membangun demi kesempurnaan proposal skripsi ini. Semoga proposal skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Medan, Januari 2025

Penulis

Muhammad Umar

NPM:2102020012

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kerangka Teoritis	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran	13
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	13
2.1.3 Sejarah Singkat <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran)	14
2.1.4 Pengertian <i>Marketing mix</i> (Bauran Pemasaran)	15
2.1.5 Komponen <i>Marketing mix</i>	15
2.1.6 Indikator <i>Marketing mix</i>	19
2.1.7 Pengertian Loyalitas	19
2.1.8 Manfaat Loyalitas Pelanggan	21
2.1.9 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	21
2.1.10 Karakteristik Loyalitas	22
2.1.11 Indikator Loyalitas Pelanggan	22
2.1.12 Pelanggan yang Loyal	22
2.1.13 Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan	23

2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
2.4 Definisi Operasional.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Tempat dan Waktu.....	30
3.1.1 Tempat.....	30
3.1.2 Waktu	30
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Jenis Penelitian.....	32
3.4 Instrumen Penelitian.....	32
3.5 Analisis Data	33
3.5.1 Uji Validitas.....	33
3.5.2 Uji Reliabilitas	34
3.6 Uji Normalitas	34
3.6.1 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.6.2 Uji Linieritas	35
3.7 Uji Hipotesis.....	36
3.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	36
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	36
3.8 Analisis Regresi Sederhana	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Profil Perusahaan Telkomsel.....	38
4.1.1 Sejarah Telkomsel	38
4.1.2 Menu Telkomsel	39
4.1.2.1 Menu UMB (USSD Menu <i>Browser</i>).....	39
4.1.2.2 Paket Internet Prabayar	40
4.1.2.3 Layanan Digital	40
4.1.2.4 Layanan Khusus	40
4.2 Hasil Penelitian	41

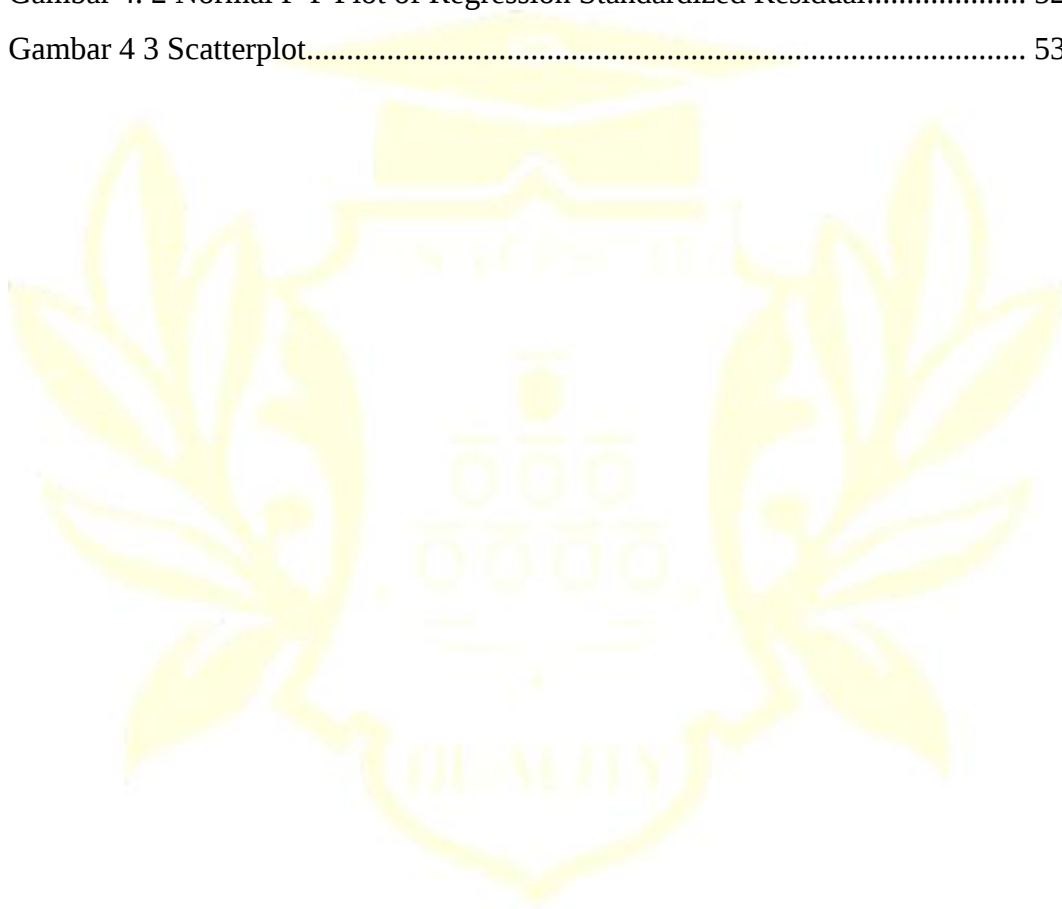
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan	41
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	42
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Marketing mix</i> (X)	43
4.2.5 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	47
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	51
4.2.8.1 Uji Normalitas	51
4.2.8.2 Uji Heteroskedastisitas	53
4.2.8.3 Uji Linearitas.....	54
4.2.8.4 Uji Validitas.....	55
4.2.8.5 Uji Reliabilitas	56
4.2.7 Uji Hipotesis	57
4.2.7.1 Uji Parsial (Uji t).....	57
4.2.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
4.2.8 Analisis Regresi Sederhana.....	59
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 Pengaruh <i>Marketing mix</i> Terhadap Loyalitas Produk Telkomsel Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Quality.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rencana dan Waktu Penelitian	30
Tabel 3. 2 Mahasiswa Prodi Manajemen	31
Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	41
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis-Kelamin	42
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	42
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden <i>Marketing mix</i> (X)	43
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Loyalitas Pelanggan (Y)	47
Tabel 4. 6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linearitas (Anova Table)	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketing mix</i>	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Marketing mix</i>	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas variabel Loyalitas Pelanggan	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Sederhana	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 : 4 Provider Seluler RI dengan Pengguna Terbanyak (2023).....	2
Gambar 2. 1: Kerangka Berpikir.....	27
Gambar 4. 1 Histogram.....	51
Gambar 4. 2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.....	52
Gambar 4 3 Scatterplot.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Pengumpulan DataLampiran	70
Lampiran 2 Surat Balasan Permohonan Izin Penelitian.....	71
Lampiran 3 Surat Keterangan Selesai Penelitian	72
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 5 Jawaban Kusioner Variabel <i>Marketing Mix</i> (X)	76
Lampiran 6 Data uji validitas Variabel <i>Marketing Mix</i> (X).....	78
Lampiran 7 Data Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y).....	79
Lampiran 8 Data Uji Reliabilitas <i>Marketing mix</i> dan Loyalitas.....	80
Lampiran 9 Uji Analisis Data.....	81
Lampiran 10 Uji Hipotesis dan Analisis Regresi Sederhana	83
Lampiran 11 Tabel r	84
Lampiran 12 Tabel t	86
Lampiran 13 Analisis Frekuensi Responden <i>Marketing Mix</i>	87
Lampiran 14 Analisis Frekuensi Responden Loyalitas Pelanggan	92