

**PENGARUH *PRICE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER***

***LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION***

**(Studi Pada Mahasiswa Aktif Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas  
Andalas Pelanggan *Provider* Telkomsel)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



Diajukan Oleh :

**Masthurah Latifah  
1610521035**

Dosen Pembimbing :

**Asmi Abbas, SE, MM**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2020**



No. Alumni Universitas	<b>Masthurah Latifah</b>	No. Alumni Fakultas
------------------------	--------------------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Bulaan/10 Maret 1998 b) Nama Orang Tua: Eliza c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No Bp: 1610521035 f) Tanggal Lulus: 29 April 2020 g) Prediket Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3.37 i) Lama Studi : 3 Tahun 8 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jl. H. Miskin No.21 Kota Bukittinggi

**PENGARUH PRICE DAN SERVICE QUALITY TERHADAP COSTUMER LOYALTY MELALUI COSTUMER SATISFACTION (STUDI PADA MAHASISWA AKTIF PROGRAM SI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS PELANGGAN PROVIDER TELKOMSEL)**

*Skripsi oleh : Masthurah Latifah*  
*Pembimbing : Asmi Abbas SE, MM*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price, service quality dan customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada provider telkomsel. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 110 mahasiswa aktif program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang telah ditentukan. Teknik pengambilan sampel yakni *probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan diolah dengan menggunakan *software Smart PLS* versi 3.0.0. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis data yaitu Measurement (Outer) Model, Structural (Inner) Model, Uji Hipotesis dan Pengujian Mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Price* dan *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer loyalty* jika melalui *Customer Satisfaction*, karena seseorang akan loyal terhadap suatu produk atau merek jika sudah terpenuhi keinginan atau ekspektasinya maka timbullah kepuasan dan terjadinya perulangan pembelian terhadap suatu produk atau merek tersebut.

Kata Kunci : *Price, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal : 29 April 2020

Abstrak telah di setujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Asmi Abbas, SE, MM	Dra. Yanti, SE, MM	Dian Rani Yofanda, SE, M.Bus

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE, Msi  
NIP. 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama:	Tanda Tangan:
No Alumni Uiversitas	Nama:	Tanda Tangan: