STUDI EKSPLORATIF TENTANG LATAR BELAKANG DAN TINDAKAN PELANGGAN SETELAH KOMPLAIN

(Studi pada Strategi *Product Bundling* Telkom IndiHome di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Kesarjanaan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun Oleh:

RB Aridhyan Priasto

11.30.0217

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2017

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RB Aridhyan Priasto

NIM : 11.30.0217

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul : Studi Eksploratif tentang Latar Belakang dan Tindakan Pelanggan Setelah Komplain (Studi pada Strategi *Product Bundling* Telkom IndiHome di Kota Semarang)

Semarang, 22 Maret 2017

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing

Dr. J. Wijanto Hadipuro , S.E. , M.T

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : STUDI EKSPLORATIF TENTANG LATAR BELAKANG DAN TINDAKAN PELANGGAN SETELAH KOMPLAIN (Studi pada Strategi *Product Bundling* Telkom IndiHome di Kota Semarang)

Disusun Oleh:

Nama	: RB Aridhyan Priasto
NIM	: 11.30.0217
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji pada tanggal 22 Maret 2017

Tim Penguji:

Koordinator, Anggota,

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA.) (M. Widyanto, SE. MM)

Anggota,

(Dr. J. Wijanto Hadipuro, SE.,MT)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

(Sentot Suciarto A., Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : RB Aridhyan Priasto

NIM : 11.30.0217

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi, dan atau bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, 22 Maret 2017

RB Aridhyan Priasto

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"I can do everything throught Him who gives me strenght"
(Philippians 4:13)

"Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan dan bertekunlah dalam doa"
(Roma 12:12)

"He gives power to the weak and strength to the powerless"
(Isaiah 40:29)

"Berdoa dan Bekerja"
(*Ora Et Labora*)

"I was really nothing at very first, but then God makes me more than everything in the end, so in my every single time I have to thank and praise Him no matter what"
-RB Aridhyan Priasto-

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua, kakak-kakak dan adik saya tercinta yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayangnya

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena terjadinya jumlah komplain yang meningkat. Jumlah komplain yang meningkat akan menyebabkan pelanggan tidak puas dan berdampak pada tindakan pelanggan pasca komplain, apakah pelanggan memutuskan tetap berlangganan atau tidak. Maka masalah penelitian ini adalah apa sebenarnya yang melatarbelakangi konsumen merasa tidak puas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan pelanggan yang melakukan komplain memutuskan untuk tetap berlangganan atau memutuskan untuk berhenti berlangganan Telkom IndiHome. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Telkom IndiHome yang berdomisili di kota Semarang. Sampel penelitian ini sebesar 25 responden dengan menggunakan metode kuota *sampling*. Data dalam penelitian ini berupa kualitatif dengan metode wawancara mendalam yang kemudian dilakukan analisis data terhadap hasil *interview* menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Dari analisis data yang telah dibahas dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa yang melatarbelakangi pelanggan memutuskan untuk tetap berlangganan Telkom IndiHome setelah komplain adalah strategi produk *bundling* yang dinilai cukup efektif karena konsumen dapat merasakan manfaat dari *bundling* tersebut, terbukti dari 20 responden yang melakukan komplain memutuskan untuk tetap berlangganan dan strategi produk *bundling* dinilai tidak efektif ketika pelanggan tidak mendapatkan manfaat dari *bundling* yang dibeli, terbukti dari 5 responden yang melakukan komplain memutuskan untuk berhenti berlangganan karena merasa dengan membeli produk secara *bundling* mereka anggap mahal. Artinya bagi pelanggan Telkom IndiHome yang merasa membeli produk *bundling* mahal, maka strategi produk *bundling* Telkom IndiHome dinilai tidak efektif.

Kata Kunci: *Product bundling*, kepuasan konsumen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih dan anugerah-Nya yang melimpah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "STUDI EKSPLORATIF TENTANG LATAR BELAKANG DAN TINDAKAN PELANGGAN SETELAH KOMPLAIN (Studi pada strategi *product bundling* Telkom IndiHome di Kota Semarang)". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan tanggapan, kritikan dan saran yang bersifat membangun.

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis menerima berbagai masukan, saran dan nasihat dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi kekuatan, kesabaran, kemudahan serta penghiburan kepada penulis.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak R. Priyo Hadi Sutanto dan Ibu Sugiastuti yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat positif, dukungan doa, dukungan moral dan materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk belajar dan menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
4. Ibu Dr. Widuri Kurniasari,. SE., MSI, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

5. Bapak Rudy Elyadi, SE., MM., selaku dosen wali. Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih atas segala bimbingan dan dukungan yang senantiasa diberikan kepada penulis selama melaksanakan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
6. Bapak Dr. J. Wijanto Hadipuro,. SE., MT., selaku dosen pembimbing. Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih atas segala bimbingan, ilmu, arahan dan waktu yang berharga yang diberikan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
7. Bapak M. Widyanto, SE. MM., dan bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA., selaku dosen penguji yang selalu memberikan masukan dan motivasi kepada penulis.
8. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyampaikan terima kasih dan rasa hormat atas segala ilmu, masukan dan teladan yang telah diberikan, yang akan selalu bermanfaat bagi penulis.
9. Seluruh staf Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta staf perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata. Penulis menyampaikan terima kasih untuk segala bantuan dan kemudahan yang diberikan, sehingga seluruh referensi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini dapat terpenuhi dengan baik.
10. Ibu Suwarni, SE. selaku Supervisor Plasa Telkom Semarang. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan ijin untuk melakukan penelitian dalam bentuk wawancara kepada pelanggan Telkom IndiHome.
11. Kakak-kakak dan adikku tercinta, Mas Yoyok, Mbak Inas dan Dimas Dadit yang selalu memberikan semangat dan dukungan doa.
12. *My brothers* KTB BOSS, mas Yehezkiel Adrianus Feri Susanto dan Widya Andhi Chrisnanda yang selalu memberi penguatan, motivasi dan dukungan didalam doa. *Thanks bro!*
13. Raditya Puput Novita Sari yang selalu setia memberikan semangat, motivasi dan dukungan doa sehingga penulis mampu berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

14. Keluarga *Sola Gratia Youth Fellowship* GKT Banyumanik yang selalu memberikan dukungan doa.
15. Seluruh teman-teman seperjuangan Manajemen 2011. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya karena telah memberikan masukan, motivasi dan kenangan terindah semasa kuliah.
16. Seluruh pihak yang telah berjasa atas terwujudnya skripsi ini, yang belum penulis sebutkan sebelumnya.

Hanya melalui doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan, semoga Tuhan membalas seluruh kebaikan bapak, ibu, saudara dan teman-teman. Akhir kata, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat oleh pembaca maupun bagi pihak yang berkepentingan. Tuhan memberkati.

Semarang, 22 Maret 2017

Penulis

(RB Aridhyan Priasto)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

ABSTRAK vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.4 Manfaat Penelitian 9

BAB II LANDASAN TEORI 10

2.1 *Product Bundling* 10
2.2 Kepuasan Konsumen 11

2.3 Kerangka Pikir Penelitian 14
2.4 Definisi Operasional 15

BAB III METODE PENELITIAN 17

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian 17
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 17
3.3 Jenis dan Sumber Data 17
3.4 Teknik Pengumpulan Data 18
3.5 Teknik Analisis Data 19

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 21

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian 21
4.2 Profil Responden 21
4.3 Tingkat Kepentingan Produk 23
4.4 Produk yang Dikeluhkan 29
4.5 Alasan Tetap Berlangganan 33
4.6 Analisis Profil Responden, Tingkat Kepentingan Produk, Keluhan dan Alasan Tetap Berlangganan 37
4.7 Alasan Berhenti Berlangganan 45
4.8 Analisis Profil Responden, Tingkat Kepentingan Produk, Keluhan dan Alasan Berhenti Berlangganan 47

BAB V PENUTUP 50

5.1 Kesimpulan 50
5.2 Saran 53

DAFTAR PUSTAKA 55

LAMPIRAN 57

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Grafik Komplain Pelanggan Telkom IndiHome 5

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian..... 14

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 4.1 Profil Responden 21

Tabel 4.2 Tingkat Kepentingan Produk 23

Tabel 4.3 Keluhan Responden 29

Tabel 4.4 Alasan Tetap Berlangganan 33

Tabel 4.5 Analisis Profil Responden, Tingkat Kepentingan Produk, Keluhan dan Alasan Tetap Berlangganan 37

Tabel 4.6 Alasan Berhenti Berlangganan 45

Tabel 4.7 Analisis Profil Responden, Tingkat Kepentingan Produk, Keluhan dan Alasan Berhenti Berlangganan 47

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1. Profil Responden 57

Lampiran 2. Daftar Harga Paket Telkom IndiHome 2017 58

Lampiran 3. Kebijakan FUP (*Fair Usage Policy*) 59

Lampiran 4. *Interview Guide* 59

Lampiran 5. Hasil Wawancara 60

Lampiran 6. Surat Keterangan Penelitian 87