

## **TUGAS AKHIR**

### **ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *POST-PURCHASE INTENTION* Tri (3) di Surabaya**

Ditulis untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

**Oleh:**

**Nama : Jefry Choukro Simon**

**NPM : 01120140041**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
2017**



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Nama Mahasiswa : Jefry Choukro Simon

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120140041

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir yang saya buat dengan judul "**ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY, PERCEIVED VALUE, CUSTOMER SATISFACTION, DAN SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *POST-PURCHASE INTENTION TRI (3) DI SURABAYA***" adalah :

- 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera didalam referensi pada karya tugas akhir saya.
- 2) Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah pakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
- 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan diatas, maka karya tugas akhir ini batal.

Surabaya, 20 September 2017

Yang membuat pernyataan



(Jefry Choukro Simon)



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR

ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *POST-PURCHASE INTENTION TRI (3)* DI SURABAYA

Oleh :

Nama : Jefry Choukro Simon  
NPM : 01120140041  
Jurusan : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 20 September 2017

Menyetujui:

Pembimbing Utama

Amelia, S.E., RFP-I, MM

Co-Pembimbing/Supervisor

Hananiel M. Gunawan BA., MBA

Ketua Jurusan Manajemen

Amelia, S.E., RFP-I, MM

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr Ronald S.T., M.M



UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI

---

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

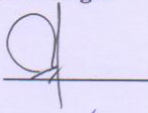
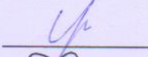
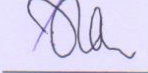
Pada 2017 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi Fakultas Jurusan Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama :

**Nama** : Jefry Choukro Simon

**NPM** : 01120140041

**Jurusan** : Manajemen

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *SWITCHING BARRIERS* TERHADAP *POST-PURCHASE INTENTION* TRI (3) DI SURABAYA” oleh tim penguji yang terdiri dari :

<b>Dewan Penguji :</b>	<b>Status</b>	<b>Tandatangan</b>
Amelia, S.E, RFP-I, MM	sebagai Ketua/ Pembimbing	
Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M	sebagai Penguji Pertama/	
Oliandes Sondakh, S.E., M.M.	sebagai Penguji Kedua/	

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang terus memberikan hikmat dan kesehatan yang luar biasa dalam menyelesaikan tugas akhir persyaratan akademik guna mengejar gelar studi yaitu Strata Satu Sarjana Ekonomi di Universitas Pelita Harapan Surabaya ini.

Penulis meyakini bahwa pengungkapan, penyajian, maupun penggunaan kata-kata dan bahasa pada penelitian ini dirasa masih sangat jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan penelitian tugas akhir ini.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin sekali memberikan ucapan terima kasih yang begitu besar kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung atas terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Ucapan terima kasih ini khususnya ditujukan kepada:

1. Bapak Dr. Ronald S.T., M.M selaku Wakil Rektor I, Dekan Fakultas Ekonomi dan yang turut memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk penyelesaian penelitian ini.

2. Miss Amelia S.E., RFP-I., M.M, selaku ketua jurusan yang membantu banyak hal dalam kehidupan perkuliahan yang saya lalui selama berkuliah di UPHS, sertaselaku dosen pembimbing pertama yang telah mencurahkan begitu besar perhatian, tenaga, doa serta memberikan dorongan yang begitu tinggi kepada saya dari awal hingga penelitian ini dapat diselesaikan.

3. Bapak Hananiel M. Gunawan BA., MBA, selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing kedua yang telah membantu dan memberikan saran-saran serta perhatian sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

4. Bapak Yanuar Dananjaya B.Sc., M.M, selaku dosen penguji pertama yang turut membantu saya dalam memberi masukan.

5. Kedua orang tua saya, Papa Johny Choukrosimon, Mama Debby Bongkriwan, dan Dua kakak saya Jeannete , dan Jessica juga keluarga besar saya yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Carissa Tany yang sudah banyak membantu memberi banyak masukan dalam penelitian ini, dan memberikan support, doa dan semangat kepada saya.

7. Teman-teman seperjuangan lainnya Indah, Facy, Reza, dan teman-teman Manajemen angkatan 2014 yang telah memberikan support, doa dan semangat kepada saya.

8. Teman-teman Petra (William, Jape, Ege), Kakak-kakak yang sangat membantu, dan teman-teman di Manado yang membantu memberikan semangat, dan doa dalam penyelesaian penelitian ini.

9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah membantu penulis dalam penyusunan penelitian ini.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas semua kebaikan dan dukungan dari Bapak, Ibu, Saudara, dan teman-teman sekaligus. Semoga penelitian ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik yang sama. Segala kritik dan saran atas penelitian ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Surabaya, 7 Agustus 2017

Jefry Choukro Simon

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN DAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Batasan Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Penelitian .....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b> .	<b>12</b>
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 <i>Post-Purchase Intention</i> .....	12
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.1.3 <i>Switching Barriers</i> .....	15
2.1.4 <i>Perceived Value</i> .....	17
2.1.5 <i>Service Quality</i> .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	21
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3.1 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Perceived Value</i> .....	26
2.3.2 Hubungan <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	26
2.3.3 Hubungan <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	27

2.3.4	Hubungan <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	27
2.3.5	Hubungan <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	28
2.3.6	Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	29
2.3.7	Hubungan <i>Switching Barriers</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	29
2.4	Model Penelitian .....	30
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	31
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	32
3.2	Populasi dan Sampel .....	32
3.2.1	Populasi .....	32
3.2.2	Sampel .....	33
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	34
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.5	Metode Analisis Data .....	37
3.5.1	Pengolahan Data .....	37
3.5.2	Pengujian Hipotesis .....	37
3.5.2.1	Uji Validitas .....	38
3.5.2.2	Uji Rehabilitas .....	38
3.5.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	39
3.5.2.4	Analisis Linier Regresi Sederhana .....	41
3.5.2.5	Analisis Linier Regresi Berganda .....	41
3.5.2.6	Koefisien Korelasi .....	42
3.5.2.7	Koefisien Determinasi .....	42
3.5.2.8	Uji F .....	43
3.5.2.9	Uji t .....	43
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1	Gambaran Umum Tri (3).....	44
4.2	Analisis Data .....	45
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	45
4.2.1.1	Karakteristik Responden .....	45
4.2.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.2.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	47



4.2.1.4	Tanggapan Responden .....	47
4.2.1.4.1	Variabel <i>Service Quality</i> .....	48
4.2.1.4.2	Variabel <i>Perceived Value</i> .....	49
4.2.1.4.3	Variabel <i>Switching Barriers</i> .....	50
4.2.1.4.4	Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	52
4.2.1.4.5	Variabel <i>Post-Purchase Intention</i> .....	53
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel .....	54
4.2.2.1	Penjelasan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	54
4.2.2.2	Penjelasan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	56
4.2.2.3	Penjelasan Responden Terhadap <i>Switching Barriers</i> .....	57
4.2.2.4	Penjelasan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	59
4.2.2.5	Penjelasan Responden Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	60
4.2.3	Uji Validitas .....	61
4.2.4	Uji Realibilitas .....	62
4.2.5	Pengujian Asumsi Klasik Regresi .....	63
4.2.5.1	Uji Normalitas .....	63
4.2.5.2	Uji Heterokedastisitas .....	68
4.2.5.3	Uji Multikolinearitas .....	73
4.2.5.3.1	Uji Multikolinearitas Regresi Sederhana .....	73
4.2.5.3.2	Uji Multikolinearitas Regresi Berganda .....	73
4.2.5.4	Uji Linearitas .....	74
4.3	Metode Analisis Statistik.....	75
4.3.1	Analisis Regresi .....	75
4.3.1.1	Analisis Regresi Sederhana .....	75
4.3.1.2	Analisis Regresi Berganda .....	76
4.3.2	Analisis Koefisien Korelasi .....	78
4.3.2.1	Analisis Koefisien Korelasi Sederhana .....	78
4.3.2.2	Analisis Koefisien Korelasi Berganda .....	78
4.3.3	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ Atau Adjusted $R^2$ ) .....	79
4.3.3.1	Analisis Koefisien Determinasi Regresi Sederhana ( $R^2$ ) .....	79
4.3.3.2	Analisis Koefisien Determinasi Regresi Berganda (Adjusted $R^2$ ) .....	80
4.4	Metode Pengujian Hipotesis .....	80

4.4.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) .....	80
4.4.1.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) Regresi Sederhana .....	80
4.4.1.2	Uji Signifikansi Simultan (Uji-F) Regresi Berganda .....	81
4.4.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) .....	82
4.4.2.1	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) Regresi Sederhana.....	82
4.4.2.2	Uji Signifikansi Parsial (Uji-t) Regresi Berganda .....	83
4.5	Pembahasan .....	84
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>99</b>
5.1	Simpulan .....	99
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis .....	99
5.1.1.1	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	99
5.1.1.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	100
5.1.1.3	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	100
5.1.1.4	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	101
5.1.1.5	Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	102
5.1.1.6	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	102
5.1.1.7	Pengaruh <i>Switching Barriers</i> Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	102
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian .....	103
5.2	Implikasi .....	104
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	104
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	106
5.3	Rekomendasi .....	113
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
	<b>LAMPIRAN A .....</b>	
	<b>LAMPIRAN B .....</b>	
	<b>LAMPIRAN C .....</b>	
	<b>LAMPIRAN D .....</b>	
	<b>LAMPIRAN E .....</b>	
	<b>LAMPIRAN F .....</b>	
	<b>LAMPIRAN G .....</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	1
Gambar 1.2	Logo Tri (3) .....	3
Gambar 1.3	Kartu Perdana Tri (3) .....	3
Gambar 2.1	Model Penelitian Terdahulu .....	23
Gambar 2.2	Model Penelitian Terdahulu .....	24
Gambar 2.3	Model Penelitian Sekarang .....	30
Gambar 4.1	Diagram Pie Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4.2	Diagram Pie Responden Berdasarkan Usia .....	47
Gambar 4.3	P-Plot Uji Normalitas <i>Perceived Value</i> .....	65
Gambar 4.4	P-Plot Uji Normalitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	66
Gambar 4.5	P-Plot Uji Normalitas <i>Post-Purchase Intention</i> .....	67
Gambar 4.6	<i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Perceived Value</i> .....	68
Gambar 4.7	<i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	69
Gambar 4.8	<i>Scatterplot</i> Uji Heterokedastisitas <i>Post-Purchase Intention</i> ...	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Paket 4G TRI .....	5
Tabel 1.2	Paket 4G Telkomsel .....	5
Tabel 1.3	Paket 4G Indosat .....	5
Tabel 3.1	Desain Inti Kuesioner .....	35
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel .....	36
Tabel 3.3	<i>Rules of Thumb</i> Mengenai Ukuran Koefisien Korelasi .....	43
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4.3	Derajat Penelitian Setiap Variabel .....	48
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Service Quality</i> .....	48
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> .....	50
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Switching Barriers</i> .....	51
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	52
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Post-Purchase Intention</i> .....	53
Tabel 4.9	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i> .....	54
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Perceived Value</i> .....	55
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Switching Barriers</i> .....	56
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	58
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Post-Purchase Intention</i> .....	59
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	60
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	60
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Switching Barriers</i> .....	60

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Post-Purchase Intention</i> .....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Service Quality</i> .....	61
Tabel 4.20 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Perceived Value</i> .....	61
Tabel 4.21 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Switching Barriers</i> .....	61
Tabel 4.22 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	62
Tabel 4.23 Hasil Uji Reabilitas Variabel <i>Post-Purchase Intention</i> .....	62
Tabel 4.24 Kolmogorov Smirnov Model 1 (SQ*PV) .....	62
Tabel 4.25 Kolmogorov Smirnov Model 2 (SQ,PV*CS) .....	63
Tabel 4.26 Kolmogorov Smirnov Model 3 (SQ,PV,SB,CS*PPI) .....	63
Tabel 4.27 Hasil Uji Spearman's 1 (SQ*PV) .....	68
Tabel 4.28 Hasil Uji Spearman's 2 (SQ,PV*CS) .....	69
Tabel 4.29 Hasil Uji Spearman's 3 (SQ,PV,SB,CS*PPI) .....	71
Tabel 4.30 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> Model 1 (SQ*PV) .....	71
Tabel 4.31 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> Model 2 (SQ,PV*CS) .....	72
Tabel 4.32 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i> Model 3 (SQ,PV,SB,CS*PPI) .....	72
Tabel 4.33 Hasil Uji Linearitas (SQ*PV) .....	73
Tabel 4.34 Hasil Uji Linearitas (SQ,PV*CS) .....	73
Tabel 4.35 Hasil Uji Linearitas (SQ,PV,SB,CS*PPI) .....	73
Tabel 4.36 Hasil Uji Regresi Sederhana (SQ*PV) .....	74
Tabel 4.37 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ,PV*CS) .....	74
Tabel 4.38 Hasil Uji Regresi Berganda (SQ,PV,SB,CS*PPI) .....	75
Tabel 4.39 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 1 ( $R^2$ ) .....	78
Tabel 4.40 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 2 (Adjusted $R^2$ ) .....	78
Tabel 4.41 Hasil Analisis Koefisien Determinasi 3 (Adjusted $R^2$ ) .....	78
Tabel 4.42 Hasil Uji F Regresi Sederhana .....	79
Tabel 4.43 Hasil Uji F Regresi Berganda .....	80
Tabel 4.44 Hasil Uji t Regresi Sederhana .....	80
Tabel 4.45 Hasil Uji t Regresi Sederhana .....	81
Tabel 4.46 Indikator <i>Service Quality</i> .....	87
Tabel 4.47 Indikator <i>Perceived Value</i> .....	89
Tabel 4.48 Indikator <i>Customer Satisfaction</i> .....	91
Tabel 4.49 Indikator <i>Switching Barriers</i> .....	92
Tabel 4.50 Indikator <i>Post-Purchase Intention</i> .....	94
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis .....	102
Tabel 5.2 Implikasi Manajerial .....	108