PENGARUH KUALITAS PANGGILAN SELULER DAN NILAI EKONOMIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI

(STUDI PADA PEMBELIAN PRODUK TELKOMSEL PRABAYAR SIMPATI DI PONTIANAK)

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

EGI SAPUTRA

NIM. B1021181006

THE EFFECT OF MOBILE CALL QUALITY AND ECONOMIC VALUE ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION

(A STUDY ON PURCHASES OF TELKOMSEL PREPAID SIMPATI PRODUCTS IN PONTIANAK)

KARYA AKHIR

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

EGI SAPUTRA

NIM. B1021181006

PERNYATAAN BEDAS DARI PLAGIAT

Naina	:Egi Saputra
NIM	:B1021181006
Jurusan	:Manajemen
Konsentrasi	:Pemasaran
Judul Kaiya Akhir	:Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Akhir dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnyamenjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra

NIM. B1021181006

PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR

Saya, yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Egi Saputra
NIM	: B1021181006
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran
Tanggal Ujian	: 18 Juni 2025

Judul Karya Akhir:
Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Menyatakan bahwa Karya Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra
NIM. B1021181006

LEMBAR YURIDIS

PENGARUH KUALITAS PANGGILAN SELULER DAN NILAI EKONOMIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA PEMBELIAN PRODUK TELKOMSEL PRABAYAR SIMPATI DI PONTIANAK)

Penanggung Jawab Yuridis

Egi Saputra
B1021181006

Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen
Konscntrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : 18 Juni 2025

MAJELIS PENGUJI

Majelis penguji	Nama NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
Pembimbing 1	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si. NIP. 197509212000032005	29/07/2025	
PombUnbing2	Dr. Juniwati, S.E., M.P. NIP. 196206031989032001	29/07/2025	
Penguji 1	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. NIP. 196908171995121004	29/07/2025	
penguji 2	Dr. Wenny Pebńanti, S.E., M.Sc. NIP. 198502072006042001	29/07/2025	

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh majelis Penguji dalam Ujian Karya Akhir Program Riset Karya Akhir dan Komprehensif untuk Mempeoleh gelar sarjana

Pontianak, 21 AUG 2025
Koordinator Program Studi Manajemen

Bin[illegible]ro Bagus Parmono, S.E., M.M.
NIP. 19920508 209031006

UCAPAN TERIMA KASIH

Alharndulliah Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)"** dengan baik. Karya akhir ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan prograrn srata saru (Sl) program Studi Manajemen Fakultas Ekonsmi dan Bisnis Universitas TanjungpurJ porrtianak. Karya akhir ini dihadiahkan spesial kepada kedua orang tua dan keluarga yang saya cintai. Penulis juga banyak rnendapatkan birnbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengircapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Gamda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb. selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
3. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpum.
4. Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakutas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
5. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Sl Manajemen Faktrltas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
6. Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis mulai sejak pertama sebagai mahasiswa Sl Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura, hingga berhasil menyelesaikan Karya Akhir.
7. Dr. Juniwati, S.E., M.P. selaku Dosen pembimbing Riset Karya Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan dan pengalaman berharga sebagai penulis artikel ilmiah hingga dapat terbit di jurnal Copernicus.
8. Bapak dan Ibu Dosen pengelola Riset Karya Akhir Program Studi Manajemen yang telah memberikan materi serta pengarahan selama program berlangsung.

9. Bapak dan lbu Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga bagi penulis selama menjalani perkuliahan sebagai mahasiswa S1 Manajemcn di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
10. Orang tua tcrcinta, Bapak Amsyah dan Ibu Rusnani atas doa, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas yang menjadi sumber semangat penulis dalam menyelesaikan Pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesritas Tanjungpura.
11. Beasiswa Bidikmisi yang telah memberikan manfaat beasiswa, kesempatan bagi penulis untuk mengikuti program pembinaan dan tumbuh bersama orang-orang hebat yang memberikan pengaruh positif kepada penulis.
12. Teman-teman yang telah memberikan lingkungan yang mendukung dan membantu penulis untuk tumbuh lebih baik dari sebelumnya.
13. Serta semua pihak yang telah memberikan perhatian dan dukungannya yang tidak bisa penulis tuliskan satu per-satu.

Pontianak, 18 Juni 2025



Egi Saputra
NIM. B1021181006

Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi

(Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Egi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRAK

Telkomsel dikenal sebagai jaringan telekomunikasi terkemuka di Indonesia. Namun, beberapa pelanggan masih mengeluhkan kualitas jaringan yang tidak selalu sesuai harapan serta tarif layanan yang dianggap relatif tinggi. Telkomsel merupakan salah satu penyedia layanan transmisi terbesar di Indonesia dengan basis pelanggan mencapai 169,2 juta. Perusahaan ini menawarkan kartu perdana prabayar yaitu Simpati yang dirancang untuk memenuhi beragam kebutuhan pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Mobile Call Quality dan Value for Money terhadap Customer Satisfaction serta dampaknya terhadap Customer Loyalty pada pengguna produk simpati. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kualitas layanan dan persepsi nilai dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan di industri telekomunikasi yang sangat kompetitif. Data dikumpulkan dari 200 responden yang merupakan pengguna aktif Telkomsel prabayar khususnya produk Simpati dengan menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4 menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mobile Call Quality dan Value for Money berpengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, yang selanjutnya berdampak positif terhadap Customer Loyalty. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Telkomsel khususnya pada produk Simpati dalam mengelola kualitas layanan dan persepsi nilai untuk mempertahankan pelanggan jangka panjang.

Kata Kunci: Kualitas Panggilan Seluler, Nilai Ekonomis, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Telkomsel Simpati

The Influence of Cellular Call Quality and Economic Value on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediator

(A Study on the Purchase of Telkomsel Prepaid Simpati Products in Pontianak)

Egi Saputra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Tanjungpura, Indonesia

ABSTRACT

Telkomsel is recognized as a leading telecommunications network in Indonesia. However, some customers continue to express concerns about network quality not always meeting expectations and service rates perceived as relatively high. As one of the largest transmission service providers in Indonesia, Telkomsel serves a customer base of approximately 169.2 million. The company offers a prepaid starter card, Simpati, designed to meet various user needs. This study aims to analyze the influence of Mobile Call Quality and Value for Money on Customer Satisfaction and its impact on Customer Loyalty among Simpati users. The research is motivated by the importance of service quality and perceived value in maintaining customer satisfaction and loyalty in the highly competitive telecommunications industry. Data were collected from 200 respondents who are active Telkomsel prepaid users, specifically of the Simpati product, using purposive sampling. Data analysis was conducted using SmartPLS 4 software with a Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Squares. The results show that both Mobile Call Quality and Value for Money significantly influence Customer Satisfaction, which in turn positively affects Customer Loyalty. These findings offer strategic implications for Telkomsel, particularly regarding the Simpati product, in managing service quality and perceived value to retain long-term customers.

Keywords: Mobile Call Quality, Value for Money, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Telkomsel Simpati

RINGKASAN KARYA AKHIR

Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi

(Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

1. Latar Belakang

Industri telekomunikasi di Indonesia mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan peningkatan infrastruktur serta adopsi teknologi canggih seperti jaringan 5G. Menurut data Badan Pusat Statistik (2022), sebanyak 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet, naik dari 62,10% pada tahun 2021. Peningkatan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menerima dan memanfaatkan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari. Di tengah perkembangan ini, PT Telkom Indonesia berfokus pada pembangunan infrastruktur serta pengembangan platform digital yang cerdas dan terjangkau guna memperkuat daya saing nasional dalam era digital (Warnila & Oktaviyah, 2024). Namun demikian, implementasi teknologi seperti 5G tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti kesiapan infrastruktur dan pengelolaan frekuensi yang masih perlu dibenahi (Nirwana, 2023).

Telkomsel, sebagai anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia dan Singtel yang berdiri sejak 1995, telah berkembang menjadi operator seluler terbesar di Indonesia dengan cakupan layanan yang menjangkau sekitar 90% populasi. Perusahaan ini dikenal sebagai pelopor layanan GSM dan terus berinovasi, termasuk meluncurkan teknologi 3G pada tahun 2006 dan layanan 5G pada tahun 2021. Hingga tahun 2020, Telkomsel memiliki sekitar 169,5 juta pelanggan, menunjukkan dominasi pasar yang kuat. Komitmen perusahaan dalam memperluas jaringan dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi mencerminkan dedikasi dalam memberikan layanan komunikasi yang andal dan modern kepada masyarakat Indonesia.

Salah satu aspek penting yang selalu menjadi prioritas Telkomsel adalah menjaga kualitas layanan, termasuk kualitas panggilan seluler. Kualitas panggilan yang jernih, stabil, dan tanpa gangguan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Munawir Lobubun (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar

52,8%. Artinya, lebih dari separuh variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas panggilan perlu dijaga agar perusahaan dapat terus mempertahankan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

Selain kualitas layanan, persepsi terhadap Value for Money (VfM) atau nilai untuk uang juga menjadi pertimbangan penting dalam keputusan pelanggan untuk menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Merry et al. (2023), VfM mencerminkan sejauh mana produk mampu memberikan manfaat optimal sebanding dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen, yang mencakup tiga elemen utama: ekonomis, efisiensi, dan efektivitas. Jika pelanggan merasa bahwa layanan yang diterima sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, maka kepuasan mereka cenderung meningkat, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas.

Kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas jangka panjang. Studi oleh Santoso dan Mirza (2023) menemukan bahwa kualitas jaringan dan aspek empati dalam pelayanan menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta. Ketika pelanggan merasa puas, mereka cenderung loyal dan tidak mudah berpindah ke penyedia layanan lain. Loyalitas pelanggan Telkomsel sendiri juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti community marketing, switching barrier, serta kualitas layanan dan produk (Sani et al., 2024).

Berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas. Adi et al. (2022) menemukan bahwa kualitas layanan dan persepsi nilai secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, yang kemudian memediasi hubungan dengan loyalitas pelanggan. Hal serupa juga diungkapkan oleh Manacika et al. (2024) dalam penelitiannya. Namun, masih terdapat hasil yang bervariasi terkait pengaruh kualitas panggilan dan Value for Money terhadap kepuasan dan loyalitas, sehingga memberikan ruang untuk eksplorasi lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas panggilan seluler dan Value for Money terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Telkomsel, khususnya Simpati. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi bagi pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan dan retensi pelanggan di industri telekomunikasi Indonesia yang semakin kompetitif.

2. Permasalahan

1) Apakah *Mobile Call Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
2) Apakah *Value for Money* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
3) Apakah *Mobile Call Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
4) Apakah *Value for Money* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
5) Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
6) Apakah *Mobile Call Quality* mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak?
7) Apakah *Value for Money* mempengaruhi *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak?

3. Tujuan Penelitian

1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak
2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Satisfaction* pada produk telkomsel simpati di Pontianak
3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak
4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* pada produk telkomsel simpati di Pontianak

6) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak

7) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai mediasi pada produk telkomsel simpati di Pontianak

4. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan kausal. Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Instrumen survei menggunakan skala Likert lima tingkat, dengan pilihan jawaban sebagai berikut: "Sangat Setuju" bernilai 5, "Setuju" bernilai 4, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 2, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 1. Penilaian terhadap *mobile call quality* dilakukan menggunakan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Ramadania et al., 2018). Sementara itu, variable value for money dievaluasi melalui 3 indikator yang diadaptasi dari kajian (Wulansari & Daulay, 2023). Adapun customer satisfaction diukur berdasarkan 3 indikator yang dikembangkan dari penelitian (Dhelviana et al., 2023), (Angelika et al, 2024), (Anwar et al., 2023). Sedangkan customer loyalty diukur berdasarkan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Hans et al., 2023).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dikumpulkan dan dianalisis berjumlah 200 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu: 1) Berusia minimal 17 tahun; 3) Bertempat tinggal di Pontianak; 4) Menggunakan produk telkomsel prabayar Simpati minimal <1 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui Google Form.

Dalam penelitian ini, pendekatan analisis yang digunakan adalah *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Proses analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dari evaluasi

measurement model yang mencakup pengujian validitas konvergen melalui nilai *standardized loading factor* minimal 0,70, *average variance extracted* (AVE) minimal 0,50, serta reliabilitas instrumen dengan *composite reliability* (CR) di atas 0,70. Selain itu, validitas diskriminan turut diperiksa dengan membandingkan akar kuadrat AVE terhadap korelasi antar konstruk. Selanjutnya, pada tahap structural model, analisis dilakukan dengan meninjau nilai koefisien jalur (*path coefficient*), uji statistik t dengan ambang batas ≥ 1,96 pada tingkat signifikansi 5% menggunakan metode *bootstrapping*, serta pengukuran kekuatan prediktif model melalui nilai R^2 dan Q^2. Penggunaan metode ini memberikan fleksibilitas dan kedalaman dalam mengkaji hubungan kausal antar variabel yang kompleks dalam model penelitian.

5. Hasil Penelitian

1) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 2.962 dan nilai *p-value* 0,003 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis pertama diterima, yang dimana *Mobile Call Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

2) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Mobile Call Quality* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 6.471 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis kedua diterima, yang dimana *Mobile Call Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction.*

3) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 3.748 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis ketiga diterima, yang dimana *Value for Money* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

4) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Value for Money* terhadap *Customer Satisfaction* sebesar 4.173 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil ini membuktikan hipotesis keempat diterima, yang dimana *Value for Money* berpengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*.

5) Diperoleh nilai t-hitung pengaruh *Customer Satisfactiom* terhadap *Customer Loyalty* sebesar 4.238 dan nilai *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05 (α = 0,05). Hasil

ini membuktikan hipotesis kelima diterima, yang dimana *Customer Satisfaction* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Customer Loyalty.*

6) Diperoleh nilai t-hitung Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty di mediasi Customer Satisfaction sebesar 3,533, lebih kecil dari nilai P-value 0.005. Hasil ini menunjukkan hipotesis ini diterima, yang dimana Customer Satisfaction dapat memediasi hubungan antara Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty.

7) Diperoleh nilai t-hitung *Value for Money* terhadap Customer Loyalty di mediasi Customer Satisfaction sebesar 2,826, lebih kecil dari nilai P-value 0.000. Hasil ini menunjukkan hipotesis ini diterima, yang dimana Customer Satisfaction dapat memediasi hubungan antara Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty.

6. Kesimpulan dan Saran

1) Kesimpulan

Perkembangan layanan prabayar Telkomsel berperan penting dalam mendukung akses komunikasi yang terjangkau dan mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Dua faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah Mobile Call Quality dan Value for Money. Kualitas panggilan yang baik dan persepsi bahwa harga sebanding dengan manfaat yang diterima terbukti meningkatkan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, Customer Satisfaction menjadi faktor mediasi penting yang menjembatani pengaruh kualitas panggilan dan nilai layanan terhadap Customer Loyalty. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan memainkan peran sentral dalam menciptakan loyalitas jangka panjang.

Dengan demikian, Telkomsel perlu terus meningkatkan kualitas teknis layanan serta membangun persepsi nilai yang kuat melalui strategi pemasaran berorientasi pada penciptaan pengalaman positif. Loyalitas pelanggan tidak hanya ditentukan oleh harga dan kualitas teknis, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan membangun hubungan emosional yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan.

2) Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian, disarankan agar Telkomsel terus meningkatkan kualitas layanan panggilan melalui penguatan infrastruktur jaringan,

khususnya di wilayah padat penduduk dan daerah terpencil, guna menjamin kestabilan sinyal dan kejernihan komunikasi. Di samping itu, perhatian terhadap persepsi value for money juga penting, dengan cara menyesuaikan harga layanan, memberikan manfaat tambahan seperti kuota ekstra, dan menghadirkan promosi yang relevan dan kompetitif.

Untuk memperkuat loyalitas pelanggan, Telkomsel disarankan mengembangkan program retensi berbasis data yang bersifat personal, guna membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan pelanggan. Evaluasi berkala terhadap tingkat kepuasan pelanggan melalui survei atau umpan balik sistematis juga perlu dilakukan agar layanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar yang dinamis.

Lebih lanjut, peran pemangku kepentingan juga sangat penting. Manajemen perlu berinvestasi dalam infrastruktur dan inovasi layanan, investor diharapkan mendukung strategi jangka panjang dalam membangun loyalitas pelanggan, sementara regulator berperan menciptakan iklim persaingan yang sehat untuk mendorong peningkatan kualitas dan inovasi di sektor telekomunikasi.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mengeksplorasi faktor eksternal seperti kebijakan regulasi, teknologi baru, dan kondisi sosial-ekonomi yang dapat memengaruhi hubungan antara kualitas panggilan, nilai yang dirasakan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan. Perluasan sampel ke operator lain atau layanan digital juga direkomendasikan agar hasil penelitian lebih general. Selain itu, penelitian mendatang dapat menggali aspek psikologis dan emosional pelanggan dalam membentuk loyalitas pada layanan telekomunikasi.

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ii
PERTANGGUNGJAWABAN KARYA AKHIR iii
LEMBAR YURIDIS iv
UCAPAN TERIMA KASIH v
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
RINGKASAN KARYA AKHIR ix
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR TABEL xvii
DAFTAR GAMBAR xviii
DAFTAR LAMPIRAN xix
ISI KARYA AKHIR 80
1. INTRODUCTION 80
2. METHOD 82
3. RESULTS AND DISCUSSION 82
4. CONCLUSION 89
5. ACKNOWLEDGMENT 89
REFERENCES 90
LAMPIRAN I SK Dekan xxi
LAMPIRAN II *Latter of Acceptance* xxxiii
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xxxv
LAMPIRAN IV Tabel Operasional xxxvii
LAMPIRAN V Kuesioner xli
LAMPIRAN VI Data Mentah xlvi
LAMPIRAN VII Output Olahan Data liv

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1. Respondent Characteristics 83
Table 2. Validity and Reliability Test Results 84
Table 3. Uji Validitas Diskriminan (Penciptaan Fornell-Larcker) 85
Table 4. Disciriminant validity – Cross loadings 86
Table 5. Uji R-Square 86
Table 6. Hypothesis testing 87
Table 7. Hasil Uji Indirect Effect 88

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Figure 1. Display results from the measurement model (outer model)..... 87

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

LAMPIRAN I SK Dekan xxi
LAMPIRAN II *Latter of Acceptance* xxxiii
LAMPIRAN III Dokumen Informasi Artikel xxxv
LAMPIRAN IV Tabel Operasional xxxvii
LAMPIRAN V Kuesioner xli
LAMPIRAN VI Data Mentah xlvi
LAMPIRAN VII Output Olahan Data liv

Primary Journal of Multidisciplinary Research
Vol. 1 No. 1, February 2025, pp. XX-XX
E-ISSN XXXX-XXXX

Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler Dan Nilai Ekonomis terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Prabayar Simpati Di Pontianak)

Egi Saputra, Ramadania, Heriyadi, Wenny Pebrianti
Manajemen, Universitas Tanjungpura, Indonesia
Email: Egigaming504@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history
.....
Received
Revised
Accepted
Published

Keywords
Mobile Call Quality
Value for Money
Customer Satisfaction
Customer Loyalty
Telkomsel Simpati

License by CC-BY-SA
Copyright © 2025, The Author(s).

ABSTRACT

Telkomsel is recognized as a leading telecommunications network in Indonesia. However, some customers continue to express concerns about network quality not always meeting expectations and service rates perceived as relatively high. As one of the largest transmission service providers in Indonesia, Telkomsel serves a customer base of approximately 169.2 million. The company offers a prepaid starter card, Simpati, designed to meet various user needs. This study aims to analyze the influence of Mobile Call Quality and Value for Money on Customer Satisfaction and its impact on Customer Loyalty among Simpati users. The research is motivated by the importance of service quality and perceived value in maintaining customer satisfaction and loyalty in the highly competitive telecommunications industry. Data were collected from 200 respondents who are active Telkomsel prepaid users, specifically of the Simpati product, using purposive sampling. Data analysis was conducted using SmartPLS 4 software with a Structural Equation Modeling (SEM) approach based on Partial Least Squares. The results show that both Mobile Call Quality and Value for Money significantly influence Customer Satisfaction, which in turn positively affects Customer Loyalty. These findings offer strategic implications for Telkomsel, particularly regarding the Simpati product, in managing service quality and perceived value to retain long-term customers.

How to cite: First author, Second author, & Third author. (20xx). The title. *Primary Journal of Multidisciplinary Research, Vol* (No), xx-yy. doi: https://doi.org/10.70716/primary.v1i1.xxyy

INTRODUCTION

Perkembangan dunia telekomunikasi di Indonesia mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan peningkatan infrastruktur dan adopsi teknologi terbaru. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022, 66,48% penduduk Indonesia telah mengakses internet, meningkat dari 62,10% pada tahun 2021, mencerminkan penerimaan masyarakat terhadap teknologi informasi (sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia). Selain itu, PT Telkom Indonesia berfokus pada pembangunan infrastruktur dan platform digital yang cerdas dan terjangkau, guna memperkuat daya saing di era digital (Warnila & Oktaviyah, 2024). Implementasi teknologi 5G juga menjadi langkah penting dalam meningkatkan kualitas jaringan telekomunikasi, meskipun menghadapi tantangan terkait infrastruktur dan pengelolaan frekuensi (Nirwana, 2023). Dengan terus berinovasi dan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi, sektor telekomunikasi Indonesia diharapkan dapat mendukung transformasi digital dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Telkomsel, yang didirikan pada tahun 1995 sebagai anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dan Singtel, telah berkembang menjadi pemimpin industri telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini menjadi operator seluler pertama yang

menyediakan layanan GSM dan terus berinovasi dengan memperkenalkan teknologi 3G pada tahun 2006, yang memungkinkan akses internet berkecepatan tinggi bagi masyarakat Indonesia. Hingga tahun 2020, Telkomsel memiliki sekitar 169,5 juta pelanggan, mencerminkan posisinya sebagai operator seluler terbesar di negara ini. Komitmen Telkomsel untuk memperluas jangkauan jaringan juga patut diacungi jempol, dengan cakupan yang mencapai 90% populasi Indonesia dan melayani semua provinsi di Sumatra, Jawa, Sulawesi, Bali, dan Kalimantan. Selain itu, Telkomsel terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi terbaru, termasuk peluncuran layanan 5G pada tahun 2021, yang menegaskan dedikasinya dalam menyediakan layanan komunikasi mutakhir bagi pelanggan di seluruh Indonesia.

Untuk tetap menjaga nama baik perusahaan, Telkomsel sangat memperhatikan kualitas dari tiap produk mereka salah satunya adalah kualitas panggilan. Kualitas panggilan yang baik memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Layanan panggilan yang jernih, tanpa gangguan, dan responsif dapat meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan pelanggan dalam berinteraksi dengan perusahaan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan yang tinggi, termasuk aspek-aspek seperti keandalan dan daya tanggap, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagai contoh, sebuah studi menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,528 atau 52,8%, yang berarti bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 52,8%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain (Munawir Lobubun, 2023). Dengan demikian, perusahaan perlu memastikan kualitas panggilan yang optimal untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Apabila kualitas dari suatu produk dianggap sudah baik maka kebanyakan konsumen tidak segan- segan untuk membeli produk tersebut dengan pertimbangan kualitas yang diberikan sesuai dengan uang yang mereka keluarkan. Istilah ini disebut dengan Value for Money (VfM) atau nilai untuk uang. Value for Money (VfM) adalah sebuah konsep yang digunakan untuk menilai sejauh mana produk terutama di sektor telekomunikasi dalam mencapai manfaat yang optimal dari uang yang digunakan konsumen saat membeli suatu produk. Konsep ini melibatkan tiga elemen utama ekonomis, efesiensi, dan efektivitas (Merry et al., 2023).

Dibalik kesuksesan telkomsel sekarang ada hal penting yang selalu menjadi prioritas yaitu kepuasan pelanggan. Telkomsel selalu berusaha menciptakan bagaimana cara agar pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka berikan. Kepuasan pelanggan Telkomsel dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk, kualitas layanan, dan kualitas jaringan. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas jaringan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Telkomsel di DKI Jakarta, dengan dimensi empati dan kualitas jaringan menjadi faktor yang paling berpengaruh (Santoso & Mirza, 2023).

Ketika pelanggan sudah merasa puas dengan hasil yang diberikan suatu produk maka mereka akan loyal dengan produk tersebut. Loyalitas pelanggan Telkomsel dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk community marketing, kepuasan pelanggan, hambatan berpindah (switching barrier), kualitas layanan, dan kualitas produk. Faktor kualitas layanan, seperti responsivitas terhadap pertanyaan pelanggan, dan kualitas produk juga memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas pelanggan. Dengan memahami dan meningkatkan faktor-faktor tersebut, Telkomsel dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar di industri telekomunikasi yang kompetitif (Sani et al., 2024).

Berbagai studi sebelumnya telah meneliti hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan dan nilai yang dirasakan (perceived value) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya memediasi hubungan tersebut terhadap loyalitas pelanggan (Adi et al., 2022). Penelitian lain yang juga membahas hubungan antar variabel ini ada penelitian dari (Manacika et al., 2024) yang menyatakan bahwa penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan, yang kemudian memediasi pengaruh tersebut terhadap loyalitas pelanggan. Namun, hasil yang beragam dari penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk eksplorasi lebih lanjut. Sebagian penelitian menemukan adanya hubungan positif dan signifikan secara statistik antara variabel-variabel yang diteliti. Namun, penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas panggilan seluler dan value for money tidak selalu memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas panggilan seluler dan value for money terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

METHOD

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan kausal. Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Instrumen survei menggunakan skala Likert lima tingkat, dengan pilihan jawaban sebagai berikut: "Sangat Setuju" bernilai 5, "Setuju" bernilai 4, "Netral" bernilai 3, "Tidak Setuju" bernilai 2, dan "Sangat Tidak Setuju" bernilai 1. Penilaian terhadap mobile call quality dilakukan menggunakan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Ramadania et al., 2018). Sementara itu, variable value for money dievaluasi melalui 3 indikator yang diadaptasi dari kajian (Wulansari & Daulay, 2023). Adapun customer satisfaction diukur berdasarkan 3 indikator yang dikembangkan dari penelitian (Dhelviana et al., 2023), (Angelika et al, 2024), (Anwar et al., 2023). Sedangkan customer loyalty diukur berdasarkan 3 indikator yang disusun berdasarkan penelitian (Hans et al., 2023). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dikumpulkan dan dianalisis berjumlah 200 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu: 1) Berusia minimal 17 tahun; 3) Bertempat tinggal di Pontianak; 4) Menggunakan produk telkomsel prabayar Simpati minimal <1 tahun. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui Google Form.

Pada penelitian ini, pendekatan analisis yang digunakan adalah Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Proses analisis dilakukan secara bertahap, dimulai dari evaluasi measurement model yang mencakup pengujian validitas konvergen melalui nilai standardized loading factor minimal 0,70, average variance extracted (AVE) minimal 0,50, serta reliabilitas instrumen dengan composite reliability (CR) di atas 0,70. Selain itu, validitas diskriminan turut diperiksa dengan membandingkan akar kuadrat AVE terhadap korelasi antar konstruk. Selanjutnya, pada tahap structural model, analisis dilakukan dengan meninjau nilai koefisien jalur (path coefficient), uji statistik t dengan ambang batas ≥ 1,96 pada tingkat signifikansi 5% menggunakan metode bootstrapping, serta pengukuran kekuatan prediktif model melalui nilai R^2 dan Q^2. Penggunaan metode ini memberikan fleksibilitas dan kedalaman dalam mengkaji hubungan kausal antar variabel yang kompleks dalam model penelitian.

RESULTS AND DISCUSSION

Tabel 1.1 menunjukan distribusi kriteria responden. Sebagian besar responden yang mengisi kuesioner adalah laki-laki (53,5%), dengan rentang usia rata-rata 24 – 29 tahun (70,5%), dengan domisili didominan di daerah Kalimantan (98,5%), dan pekerjaan rata-rata sebagai pegawai swasta (43,2%). Sebanyak 102 dari 200 responden menggunakan produk telkomsel prabayar Simpati (51%) sebagai produk internet yang paling banyak digunakan dengan rata-rata lama pemakaian 1-2 tahun (72,5%).

Table 1. Respondent Characteristics

Category	Item	Frequency (N=200)	Percentage (%)
Jenis Kelamin	Laki – Laki	107	53,5%
	Perempuan	93	46,5%
Total		200	100%
Usia	17 – 23 Tahun	26	13%
	24 - 29 Tahun	141	70,5%
	30 – 35 Tahun	33	16,5
Total		200	100%
Pendidikan Terakhir	SMA Sederajat	110	55%
	Sarjana / Diploma	87	43,5%
	Pasca Sarjana	3	1,5%
Total		200	100%
Lama Pemakaian	Kurang dari 1 tahun	4	2%
	1 sampai 2 tahun	145	72,5%
	Lebih dari 3 tahun	51	25,5%
Total		200	100%
Pekerjaan	Pelajar	1	0,5%
	Mahasiswa	15	7,5%
	Pegawai swasta	86	43,3%
	PNS	9	4,5%
	BUMN/BUMD	29	14,6%
	Wiraswasta	52	26,1%
	TNI/POLRI	5	2,5%
	Yang Lain	2	1%
Total		200	100%
Pendapatan perbulan (bagi respondem yang sudah bekerja)	Dibawah Rp 1.000.000	13	6,5%
	Diatas Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	28	14%
	Diatas Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	151	75,5%
	Diatas Rp 4.000.000	7	3,5%
	Belum bekerja	13	6,5%
Total		200	100%

Source: Data processed 2025

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS 4 melalui pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Metode PLS-SEM dipilih karena kemampuannya dalam mengkaji hubungan kompleks antara berbagai konstruk, indikator variabel, serta elemen-elemen struktural dalam model (Hasbiah, 2024). Model pengukuran dianalisis untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk, dengan penilaian validitas diskriminan menggunakan pendekatan Fornell-Larcker. Prosedur ini melibatkan pengujian Average Variance Extracted (AVE) untuk menjamin kesesuaian dan akurasi model penelitian. Di sisi lain, aspek reliabilitas diuji melalui Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha, yang berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana indikator mampu merepresentasikan variabel laten secara konsisten dan efektif.

Measurement Model (Outer Model)

Hasil uji kompatabilitas, validitas, dan reliabilitias dengan hasil sebagai berikut:

Table 2. Validity and Reliability Test Results

Variable	*IC*	*Items*	*Validity Test*	*Reliability Test*			
			LF	CA	CR	AVE	*Decision*
Mobile Call Quality (MCQ)	MCQ1	Penyedia layanan seluler telkomsel prabayar memiliki kualitas panggilan suara yang jernih	0.875	0.773	0.889	0.688	*Reliable*
	MCQ2	Penyedia layanan seluler telkomsel prabayar memiliki jaringan yang luas	0.819				
	MCQ3	Penyedia layanan seluler telkomsel prabayar memiliki kecepatan akses internet yang memuaskan	0.791				
Value For Money (VFM)	VFM1	Saya merasa produk/jasa ini memberikan manfaat yang sebanding dengan harga yang saya bayar	0.824	0.751	0.868	0.667	*Reliable*
	VFM2	Harga produk/jasa ini sesuai dengan kualitas yang saya terima	0.828				
	VFM3	Saya percaya bahwa produk/jasa ini memberikan nilai lebih dibandingkan dengan produk/jasa sejenis di pasaran	0.796				
Customer Satisfaction (CS)	CS1	Saya senang menggunakan produk telkomsel prabayar	0.867	0.758	0.861	0.675	*Reliable*
	CS2	Pengalaman saya menggunakan produk telkomsel prabayar sesuai dengan ekspektasi saya	0.787				
	CS3	Saya marasa puas menggunakan produk telkomsel prabayar	0.808				
Customer Loyalty (CL)	CL1	Saya akan merekomendasikan produk telkomsel prabayar kepada siapa pun yang meminta saran kepada saya	0.853	0.813	0.857	0.728	*Reliable*

	CL2	Saya lebih cenderung berlangganan produk telkomsel prabayar dimasa depan	0.838				
	CL3	Saya akan tetap membeli produk telkomsel prabayar meskipun mereka menaikan harga layanannya	0.869				

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Structural Model (Outer Model)

Convergent validity

Mengacu pada panduan dari (Hair et al., 2021), suatu konstruk dapat dianggap memiliki validitas konvergen apabila memenuhi sejumlah kriteria, yakni nilai outer loading setiap indikator harus lebih besar dari 0,70, Composite Reliability (CR) harus melebihi 0,70, Cronbach's Alpha minimal bernilai 0,70, dan nilai Average Variance Extracted (AVE) harus melampaui 0,50. Berdasarkan hasil uji validitas konvergen yang tercantum pada tabel sebelumnya, seluruh konstruk menunjukkan outer loading di atas ambang batas tersebut, yang mengindikasikan bahwa setiap indikator secara signifikan merepresentasikan konstruk yang diukur.

Composite reliability

Pada pengujian reliabilitas konstruk, (Hair et al., 2021) merekomendasikan penggunaan kombinasi antara nilai Cronbach's Alpha (CA) dan Composite Reliability (CR), karena CR dinilai lebih mampu menangkap konsistensi internal dibandingkan CA secara Tunggal. Di samping itu, nilai CR dan Cronbach's Alpha yang juga melampaui 0,70 memperlihatkan konsistensi internal yang kuat dari masing-masing konstruk. Sementara itu, nilai AVE yang melebihi 0,50 menunjukkan bahwa sebagian besar varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang dimaksud, sehingga memperkuat bukti validitas konvergen dalam model tersebut.

Table 3. Uji Validitas Diskriminan (Penciptaan Fornell-Larcker)

	Customer Loyalty	*Mobile Call Quality*	*Customer Satisfaction*	*Value For Money*
Customer Loyalty	0.853			
Mobile Call Quality	0.789	0.829		
Customer Satisfaction	0.792	0.789	0.821	
Value For Money	0.792	0.807	0.753	0.816

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Berdasarkan hasil analisis validitas diskriminan menggunakan pendekatan Fornell-Larcker, seluruh konstruk dalam model, yaitu Customer Loyalty, Mobile Call Quality, Customer Satisfaction, dan Value for Money, menunjukkan nilai akar kuadrat AVE yang lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Nilai akar kuadrat AVE masing-masing adalah 0,853 untuk Customer Loyalty, 0,829 untuk Mobile Call Quality, 0,821 untuk Customer Satisfaction, dan 0,816 untuk Value for Money. Karena setiap nilai diagonal ini lebih besar dari korelasi antara konstruk terkait, dapat disimpulkan bahwa masing-masing konstruk

memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk, sehingga model memenuhi kriteria validitas diskriminan sebagaimana yang tercantum dalam (Hair et al., 2021).

Table 4. Disciriminant validity – Cross loadings

	CL1	CS1	MCQ	VFM1
CL1	0.853	0.659	0.673	0.678
CL2	0.838	0.658	0.637	0.667
CL3	0.869	0.711	0.709	0.863
CS1	0.672	0.867	0.666	0.673
CS2	0.593	0.787	0.646	0.602
CS3	0.685	0.808	0.633	0.580
MCQ1	0.704	0.754	0.875	0.671
MCQ2	0.612	0.621	0.819	0.634
MCQ3	0.644	0.574	0.791	0.707
VFM1	0.662	0.585	0.627	0.824
VFM2	0.685	0.674	0.687	0.828
VFM3	0.588	0.581	0.662	0.796

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Berdasarkan hasil analisis cross loading, sebagian besar indikator menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya. Misalnya, indikator CL1 memiliki loading sebesar 0.853 pada Customer Loyalty dibandingkan 0.659 pada Customer Satisfaction, 0.673 pada Mobile Call Quality, dan 0.678 pada Value for Money. Begitu pula dengan indikator CS1 yang memiliki loading 0.867 pada Customer Satisfaction, lebih tinggi dibandingkan loading terhadap konstruk lainnya. Indikator MCQ1 juga memiliki nilai tertinggi 0.875 pada konstruk Mobile Call Quality, dan VFM1 memiliki nilai 0.824 pada konstruk Value for Money.

Namun, terdapat satu indikator yang perlu diperhatikan, yaitu CL3. Indikator ini memiliki loading 0.869 pada Customer Loyalty, namun juga tinggi pada Value for Money sebesar 0.863, yang menunjukkan potensi overlap. Meskipun selisihnya kecil, hal ini perlu dianalisis lebih lanjut. Secara keseluruhan, model dapat dinyatakan memenuhi validitas diskriminan berdasarkan analisis cross loading.

Structural Model (Inner Model)

Table 5. Uji R-Square

Variable	*R-Square*	*R-Square Adjusted*
CL1	0.733	0.729
CS1	0.662	0.659

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Nilai R-squared (R^2) dalam model Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) berfungsi sebagai indikator penting untuk menilai seberapa besar varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model struktural. Interpretasi nilai R^2 dapat dikategorikan sebagai berikut: $R^2 \geq 0{,}75$ menunjukkan kekuatan model yang substansial, $R^2 \geq 0{,}50$ menunjukkan kekuatan model yang moderat, dan $R^2 \geq 0{,}25$ menunjukkan kekuatan model yang lemah (Rahadi, 2023). Berdasarkan Tabel 4 yang tertera, nilai R-square untuk variabel Customer Loyalty (CL1) sebesar 0.733, yang mengindikasikan bahwa model ini memiliki kekuatan yang tinggi dalam menjelaskan variasi loyalitas responden terhadap produk telkomsel prabayar. Begitu pula dengan nilai R-square untuk variabel

Customer Satisfaction (CS1) sebesar 0.662, yang juga termasuk dalam kategori tinggi, menandakan bahwa model ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan responden terkait produk telkomsel prabayar. Kedua nilai tersebut mencerminkan sejauh mana model ini efektif dalam menggambarkan hubungan antara variabel yang dianalisis.

Hypothesis Testing

Pengujian hipotesis dalam model SEM-PLS dilakukan menggunakan teknik bootstrapping. Bootstrapping adalah teknik statistik resampling yang digunakan untuk mengestimasi distribusi sampel dari suatu statistik (misalnya, mean, koefisien regresi) dengan cara mengambil banyak sampel ulang (resample) secara acak dari data asli dengan pengembalian (replacement). Teknik ini sangat berguna terutama ketika data tidak berdistribusi normal atau ukuran sampel kecil.

Dalam konteks analisis jalur (path analysis) atau PLS-SEM, bootstrapping digunakan untuk menguji signifikansi koefisien jalur (path coefficients). Dengan melakukan ribuan kali resampling, bootstrapping memberikan nilai statistik seperti nilai t, p-value, dan confidence interval, yang membantu menentukan apakah hubungan antar variabel signifikan atau tidak. Berikut adalah hasil visualisasi model struktural seperti ditampilkan berikut ini.

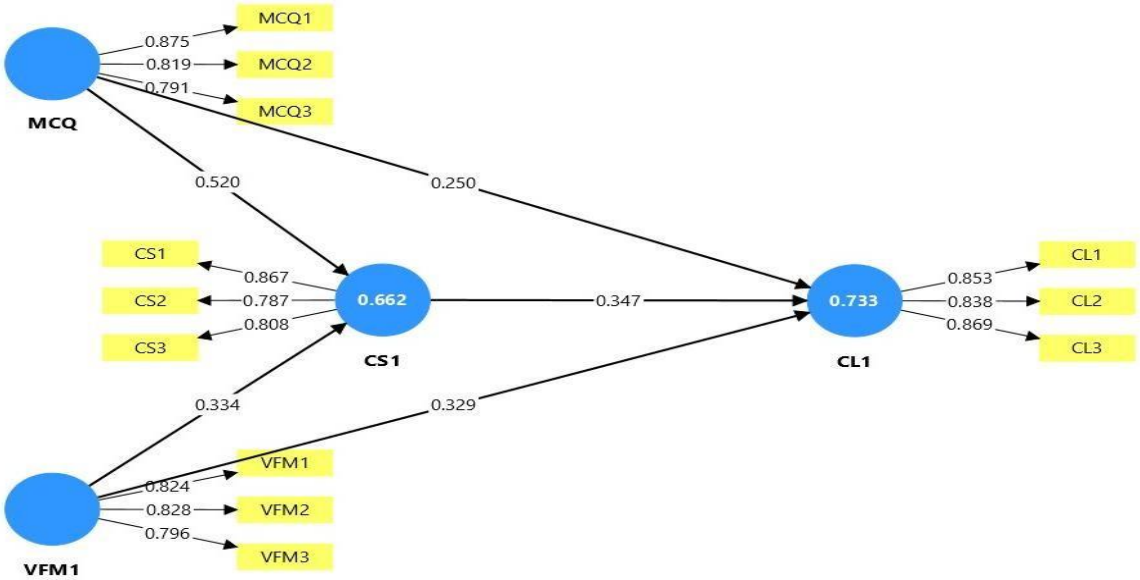


Figure 1. Display results from the measurement model (outer model)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berperan secara signifikan dan positif terhadap variabel dependen. Teknik bootstrapping digunakan dalam proses ini dengan mengevaluasi besarnya koefisien jalur, serta mempertimbangkan nilai t-statistik dan p-value sebagai indikator signifikansi. Suatu hubungan dianggap bermakna secara statistik apabila p-value kurang dari 0,05 dan nilai t-statistik melebihi 1,96, sesuai dengan pedoman dari Hair et al. (2021).

Table 6. Hypothesis testing

Hipotesis	Jalur	*Original Sample (O)*	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T Statistic (|O/STDEV|)*	*P Value*	Deskripsi
H1	MCQ -> CL1	0.250	0.247	0.084	2.962	0.003	Diterima

H2	MCQ -> CS1	0.520	0.514	0.080	6.471	0.000	Diterima
H3	CS1 -> CL1	0.347	0.348	0.082	4.238	0.000	Diterima
H4	VFM1 -> CL1	0.329	0.330	0.088	3.748	0.000	Diterima
H5	VFM1 -> CS1	0.334	0.338	0.080	4.173	0.000	Diterima

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Berdasarkan hasil pengujian pada table 4.6, diperoleh bahwa semua hubungan antar variable dalam model penelitian ini dinyatakan signifikan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua jalur hubungan antar variabel dalam model memiliki pengaruh yang signifikan. Hipotesis pertama (H1), yang menguji pengaruh Mobile Call Quality terhadap Customer Loyalty, menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,250 dengan nilai t sebesar 2,962 dan p-value 0,003, sehingga dinyatakan signifikan. Hipotesis kedua (H2), yaitu hubungan antara Mobile Call Quality dan Customer Satisfaction, juga signifikan dengan koefisien 0,520, nilai t sebesar 6,471, dan p-value 0,000. Selanjutnya, Hipotesis ketiga (H3) yang menguji pengaruh Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty menghasilkan koefisien 0,347, t-statistik 4,238, dan p-value 0,000. Hipotesis keempat (H4), yakni hubungan antara Value for Money dan Customer Loyalty, memperoleh nilai koefisien 0,329, t-statistik 3,748, serta p-value 0,000. Terakhir, Hipotesis kelima (H5) yang menguji pengaruh Value for Money terhadap Customer Satisfaction juga signifikan, dengan koefisien sebesar 0,334, nilai t sebesar 4,173, dan p-value 0,000. Seluruh hipotesis memiliki nilai p di bawah 0,05 dan t-statistik di atas 1,96, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh hubungan dalam model terbukti signifikan dan mendukung dugaan awal dalam penelitian ini.

Table 7. Hasil Uji Indirect Effect

	Original Sample (O)	*Sample Mean (M)*	*Standard Deviation (STDEV)*	*T- statistic (|O/STDEV|)*		*Result*
VFM 1 -> CS1 -> CL1	0.116	0.118	0.041	2.826	0.005	Accepted
MCQ1 -> CS1-> CL1	0.181	0.179	0.051	3.533	0.000	Accepted

Source: Processed with SEM PLS 4.0

Berdasarkan hasil analisis mediasi menggunakan bootstrapping, dapat disimpulkan bahwa kedua jalur mediasi yang diuji dalam model ini terbukti signifikan secara statistik. Mediasi Value for Money (VFM1) terhadap Customer Loyalty (CL1) melalui Customer Satisfaction (CS1) menunjukkan efek yang signifikan dengan nilai t-statistic sebesar 2.826 dan p-value 0.005, yang mengindikasikan bahwa Customer Satisfaction (CS1) berperan sebagai mediator yang memperkuat pengaruh Value for Money terhadap Customer Loyalty. Begitu pula, mediasi Mobile Call Quality (MCQ1) terhadap Customer Loyalty (CL1) melalui Customer Satisfaction (CS1) juga signifikan dengan t-statistic 3.533 dan p-value 0.000, yang berarti bahwa Customer Satisfaction (CS1) memediasi pengaruh Mobile Call Quality (MCQ1) terhadap Customer Loyalty (CL1). Secara keseluruhan, hasil ini mengonfirmasi bahwa Customer Satisfaction memainkan peran penting sebagai mediator dalam hubungan antara faktor kualitas dan loyalitas pelanggan.

CONCLUSION

Perkembangan industri telekomunikasi di Indonesia, khususnya pada layanan prabayar seperti produk Telkomsel, memiliki implikasi penting terhadap pola konsumsi digital masyarakat dan pertumbuhan ekonomi digital nasional. Layanan prabayar memungkinkan masyarakat dari berbagai kalangan untuk mengakses komunikasi yang terjangkau, cepat, dan efisien. Dalam konteks ini, Mobile Call Quality dan Value for Money menjadi dua aspek krusial dalam menentukan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan operator seluler. Kualitas panggilan yang stabil, jernih, serta minim gangguan menciptakan pengalaman positif bagi pengguna yang kemudian memengaruhi tingkat kepuasan mereka (Musarofah et al., 2022). Di sisi lain, persepsi bahwa harga layanan Telkomsel sesuai dengan manfaat yang diterima atau bahkan memberikan nilai lebih (value for money) mendorong pelanggan untuk terus menggunakan dan merekomendasikan produk tersebut (Arianto & Sari., 2023). Dalam era persaingan yang semakin ketat, Telkomsel perlu menerapkan pendekatan pemasaran modern yang berorientasi pada penciptaan nilai melalui kualitas layanan dan efisiensi biaya guna membentuk dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Strategi ini bukan hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam membangun loyalitas konsumen, yang berkontribusi pada stabilitas pendapatan perusahaan dan dominasi pasar. Dengan demikian, pemahaman menyeluruh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan sangat penting bagi kelangsungan dan daya saing Telkomsel dalam industri telekomunikasi yang dinamis. Customer loyalty pada layanan Telkomsel prabayar dapat terbentuk apabila pelanggan merasakan kualitas panggilan yang baik (Mobile Call Quality) dan nilai produk yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan (Value for Money). Kedua variabel ini terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Customer Satisfaction, yang kemudian mendorong Customer Loyalty. Hasil ini sejalan dengan temuan (Musarofah et al., 2022) dan Arianto & Sari (2023), yang menegaskan bahwa kualitas layanan dan nilai yang dirasakan berdampak langsung pada loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Selain berperan secara langsung, Customer Satisfaction juga memediasi hubungan antara Mobile Call Quality dan Value for Money terhadap Customer Loyalty, memperkuat pentingnya pengalaman pelanggan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan penyedia layanan.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa kepuasan pelanggan memegang peran sentral dalam membangun loyalitas terhadap layanan prabayar Telkomsel. Baik Mobile Call Quality maupun Value for Money terbukti menjadi determinan penting dalam membentuk kepuasan tersebut, dan secara tidak langsung mendorong loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Telkomsel perlu mempertahankan keunggulan teknis dalam layanan komunikasi serta terus meningkatkan persepsi nilai produk agar dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan berkelanjutan. Dengan demikian, upaya untuk mempertahankan pelanggan tidak hanya bergantung pada aspek teknis dan harga semata, tetapi juga pada bagaimana perusahaan menciptakan nilai yang dirasakan dan membangun hubungan emosional yang positif dengan pelanggan.

ACKNOWLEDGMENT

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan lancar. Skripsi ini berjudul "Pengaruh Mobile Call Quality dan Value for Money terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Produk Telkomsel Prabayar Simpati di Pontianak)" yang disusun sebagai salah satu syarat untuk

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura. Dalam proses penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa tidak akan mampu menyelesaikannya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala ketulusan hati, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas petunjuk dan kekuatan yang diberikan selama proses ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan juga kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan material yang tidak pernah putus. Saya juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan. Secara khusus, saya haturkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberi arahan, serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Tidak lupa, saya juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan selama proses studi ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saya membuka diri terhadap segala saran dan kritik yang membangun. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

REFERENCES

Adi, T. R., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2022). Analisis pengaruh kualitas layanan dan perceived value terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(4), 123–135. https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2324881

Anwar, C., Rosnani, T., Purmono, B. B., Fitriana, A., & Jaya, A. (2023). The influence of food quality and service quality towards customer satisfaction and behavioral intention at Kimukatsu Restaurant in Indonesia. *Himalayan Journal of Economics and Business Management*, 4(1), 27–36. https://himjournals.com/journal/hjebm

Cipressi, E., & Merani, M. L. (2019). Effects of Packet Loss and Jitter on VoLTE Call Quality. *arXiv preprint arXiv:1906.00750*. https://arxiv.org/abs/1906.00750

Darwin, Rianto, F., & Arianto, N. (2024). Factors affecting customer satisfaction and customer loyalty. *Humanities, Management and Science Proceedings*, 5(1), 411–421. http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH

Dewi, L. (2020). Customer Loyalty, Through Customer Satisfaction in Customers PT. XYZ. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(1), 193–202.

Dwikiarta, I. M. S., Prabhadika, I. P. Y., & Dewinta, I. A. R. (2024). Kualitas jaringan operator selular coverage indoor dan outdoor di lingkungan Universitas Warmadewa. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, 8(1), 35–41. https://doi.org/10.22225/wicaksana.8.1.2024.35-41

Erawan, P. A., Santosa, M. S. W. A., Budiartha, D. K. B., & Wahyudi, I. P. T. A. (2018). Peranan value for money untuk mengukur kinerja pemerintahan Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 8(3), 187–193.

Fabiola, D., Listiana, E., Purnomo, B. B., Wendy, & Barkah. (2023). The effect of online customer experience on e-loyalty in Sociolla e-commerce: E-satisfaction as a mediating variable. *Scientific Research Journal of Economics and Business Management*, 3(1), 68–75. https://isrpgroup.org/srjebm/

Fadilah, W. N. H. N., Wendy, Listiana, E., Heriyadi, & Komari, N. (2023). The effect of complaint handling on customer loyalty and its impact on customer satisfaction (Study on consumers of PT Telkom Witel of West Kalimantan). *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 6(1), 11–16. https://www.easpublisher.com

Firdaus, A., Malini, H., Afifah, N., Azazi, A., & Fitriana, A. (2023). The influence of service quality and perceived risk on repurchase intention with customer satisfaction as mediation. *Journal of Management*, 13(5), 3082–3096. http://www.enrichment.iocspublisher.org

Firdaus, A., Rosnani, T., Listiana, E., Setiawan, H., & Fitriana, A. (2024). Customer experience and brand image on loyalty through customer satisfaction of Erigo consumers. *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 241–249. http://www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180. https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290

Hafidz, G. P., & Amin, A. A. N. (2024). Pengaruh mobile service quality dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan aplikasi m-commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 194–216. https://doi.org/10.5281/zenodo.11177381

Hans, S., Fauzan, R., Purmono, B. B., Afifah, N., & Setiawan, H. (2023). The relevance of iBox store atmosphere: Building customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 11(01). https://doi.org/10.18535/ijsrm/v11i01.em05

Hidayat, M. A., Rasyid, A., & Pasolo, F. (2024). Service quality on customer loyalty: Mediation of customer satisfaction. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 2(3), 150–163. https://doi.org/10.60079/abim.v2i3.158

Investopedia. (2023). Economic Value: Definition, Examples, Ways To Estimate. https://www.investopedia.com/terms/e/economic-value.asp

Koesworodjati, Y., & Budiarti, R. H. S. (2023). The effect of customer value and trust on customer satisfaction and its impact on customer loyalty. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(3), 1273–1280. https://doi.org/10.29210/0202312274

Listyanti, A. A., Heriyadi, Ramadania, Pebrianti, W., & Ahmadi. (2025). The influence of service innovation and brand image on customer loyalty in the Indonesian ride-hailing

industry. *Ilomata International Journal of Management*, 6(1), 376–395. https://doi.org/10.61194/ijjm.v6i1.1501

Manacika, S. A. P. K., & Pramudana, K. A. S. (2024). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 13(6), 789–802. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24021

Mawarni, D. S., Heriyadi, Listiana, E., Juniwati, & Mayasari, E. (2023). The influence of utilitarian and hedonic values on repurchase intentions for counterfeit products toward customer satisfaction. *Jurnal Ekonomi*, 12(4), 3082–3096. http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi

Meryawan, W., Suryawan, T. G. A. W. K., & Handayani, M. M. (2022). Perceived value pada customer loyalty: Peran mediasi customer engagement (Studi kasus konsumen Trika Media Internet Access). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(2), 339–349. https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i2.52119

Mulyono, R. A., & Pasaribu, L. H. (2021). The impact of mobile service quality and brand image on customer loyalty. *IEnrichment: Journal of Management*, 12(1), 1–7. http://www.enrichment.iocspublisher.org

Munthe, P. T. S., Malini, H., Afifah, N., Purmono, B. B., & Setiawan, H. (2023). Product quality and cafe atmosphere perspectives on Fore Coffee customer satisfaction. *International Journal on Social Sciences, Economics and Arts*, 13(3), 139–149. http://www.ijosea.isha.or.id

Mustika, Y. C. (2023). Analisis value for money dalam meningkatkan mutu pelayanan kantor pos. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(4), 1–14.

Ningsih, K. S. W., & Sutedjo, B. (2024). Pengaruh customer value dan customer experience terhadap purchase intention dan terhadap customer satisfaction (Study pada pelanggan produk fashion di e-commerce Shopee). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(1), 339–352.

Nurbakti, R., Surahmat, D., Tarigan, M. I., & Siregar, A. P. (2023). Influence of service quality and customer satisfaction analysis on consumer loyalty. *Quantitative Economics and Management Studies (QEMS)*, 4(5), 1025–1035. https://doi.org/10.35877/454RI.qems1953

Parwini, K. A., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Lembaga Perkreditan Desa Desa Adat Tajun. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 145–152. https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/Prospek/article/view/44560

Ramadania, M., Theresia, M., & Sadalia, I. (2018). The determinants of customer loyalty for telecommunication provider. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 10(3), 1918–1923. http://www.scitecresearch.com/journals/index.php/jrbem

Sanjaya, R. T., Azazi, A., Purmono, B. B., Rosnani, T., & Listiana, E. (2023). Does service quality and store atmosphere influence customer loyalty insight? *Himalayan Journal of Economics and Business Management*, 4(1), 11–19.

LAMPIRAN I
SK Dekan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Alamat Jalan Prof. Dr. H. Hadari Nawawi Pontianak 78124
Telepon (0561) 766840, Surel feb@untan.ac.id, Laman https://feb.untan.ac.id/

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
Nomor : 2768/UN22.2/TD.06/2025

TENTANG
PENYETARAAN ARTIKEL ILMIAH TERPUBLIKASI DARI RISET KARYA AKHIR DENGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA

Menimbang :
a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan proses belajar mengajar program Sistem Kredit Semester dan untuk meningkatkan prestasi belajar mahasiswa agar dapat menyelesaikan studi dalam waktu yang sesingkat-singkatnya, maka dipandang perlu memberikan bimbingan Akademik kepada mahasiswa;
b. bahwa Perguruan Tinggi dituntut untuk dapat merancang dan melaksanakan proses pembelajaran yang inovatif agar mahasiswa dapat meraih capaian pembelajaran mencakup aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan secara optimal dan selalu relevan;
c. bahwa konversi artikel ilmiah terpublikasi dari hasil riset karya akhir menjadi skripsi mahasiswa merupakan bentuk penyesuaian terhadap perkembangan akademik dan kebutuhan akan fleksibilitas dalam penyelesaian studi yang tetap menjamin mutu capaian pembelajaran;
d. bahwa untuk maksud tersebut sebagaimana termaktub pada huruf a, b dan c di atas, perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

Mengingat :
1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
2. Undang-Undang RI Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
3. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2023 tentang Aparatur Sipil Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 141, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6897);
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
5. Peraturan Pemerintah RI Nomor 4 Tahun 2022 tentang Standar Nasional Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 14, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6762);
6. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi RI Nomor 28 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Tanjungpura (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1394);

7. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi RI Nomor 74 Tahun 2017, tentang Statuta Universitas Tanjungpura (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 1741);
8. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 9 Tahun 2018 tentang Akreditasi Jurnal Ilmiah;
9. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 3 Tahun 2021 tentang Tata Naskah Dinas Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 126);
10. Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 830/KMK.05/2017 tentang penetapan Universitas Tanjungpura Pada Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Sebagai Instansi pemerintah yang Menerapkan Pola Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
11. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi RI Nomor 23445/M/06/2023 tanggal 6 April 2023 tentang Pemberhentian Rektor Universitas Tanjungpura Periode Tahun 2019-2023 dan Pengangkatan Rektor Universitas Tanjungpura Periode Tahun 2023-2027;
12. Keputusan Rektor Universitas Tanjungpura Nomor 2627/UN22/TP.00.04/2022 tanggal 8 Agustus 2022 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas Pertanian, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Periode 2022-2026;
13. Dokumen Kurikulum Program Studi Manajemen Tahun 2025.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : PENYETARAAN ARTIKEL ILMIAH TERPUBLIKASI DARI RISET KARYA AKHIR DENGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

PERTAMA : Mahasiswa yang mengikuti Program Riset Karya Akhir semester Genap Tahun akademik 2024/2025 dapat mengkonversi sampai 20 SKS;

KEDUA : Publikasi ilmiah dari Program Riset Karya Akhir dinyatakan setara dengan skripsi dan dapat digunakan sebagai bentuk penyelesaian tugas akhir;

KETIGA : Keputusan ini berlaku bagi Mahasiswa yang mengikuti Program Riset Karya Akhir semester Genap Tahun akademik 2024/2025 yang tertera pada lampiran dengan ketentuan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Pontianak
Pada Tanggal 4 Juli 2025

A.N. REKTOR
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA

BARKAH
NIP. 196502201990032004

Tembusan:
1. Rektor Universitas Tanjungpura;
2. Wakil Dekan Bidang Akademik FEB UNTAN;
3. Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum FEB UNTAN;
4. Yang bersangkutan.

LAMPIRAN I
KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
NOMOR 2768/UN22.2/TD.06/2025
TANGGAL 4 JULI 2025
TENTANG
PENYETARAAN ARTIKEL ILMIAH TERPUBLIKASI DARI RISET KARYA AKHIR DENGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

KETENTUAN PENYETARAAN ARTIKEL ILMIAH TERPUBLIKASI DARI RISET KARYA AKHIR DENGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

1. Mahasiswa peserta Riset Karya Akhir Prodi Manajemen FEB UNTAN dapat mengkonversi sampai 20 SKS.
2. Publikasi ilmiah dari Program Riset Karya Akhir dapat diakui apabila artikel ilmiah tersebut telah terpublikasi atau minimal telah memperoleh *Letter of Acceptance* (LoA).
3. Artikel ditulis oleh Mahasiswa dan dosen pembimbing yang ditentukan oleh Prodi.
4. Mahasiswa merupakan penulis pertama di artikel.
5. Artikel merupakan hasil kajian antara mahasiswa dan dosen pembimbing.
6. Artikel wajib mencantumkan nama dosen pembimbing.
7. Mahasiswa dengan artikel publikasinya mengikuti kegiatan kolokium/seminar hasil yang dilaksanakan oleh Prodi Manajemen.
8. Mahasiswa menyusun Laporan Karya Akhir dengan mengikuti pedoman yang telah ditentukan.
9. Mahasiswa telah memenuhi segala persyaratan administrasi yang diarahkan oleh prodi.
10. Penilaian Riset Karya Akhir berdasarkan komponen berikut:
    a) Artikel publikasi
    b) Kolokium Riset Karya Akhir
    c) Proses pelaksanaan bimbingan dan administrasi
11. Untuk komponen penilaian pada bagian artikel publikasi mengacu pada kategori berikut:

No.	Kategori Jurnal Ilmiah	Nilai
1	Jurnal Internasional Bereputasi	98
	Jurnal Nasional Sinta1	95
	Jurnal Nasional Sinta 2	92
	Jurnal Nasional Sinta 3	89
	Jurnal Nasional Sinta 4	86
	Jurnal Nasional Sinta 5	83
	Jurnal Nasional Sinta 6	80
	Jurnal Internasional	75

A.N. REKTOR
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA

BARKAH
NIP. 196502201990032004

LAMPIRAN II
KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
NOMOR 2768/UN22.2/TD.06/2025
TANGGAL 4 JULI 2025
TENTANG
PENYETARAAN ARTIKEL ILMIAH TERPUBLIKASI DARI RISET KARYA AKHIR DENGAN TUGAS AKHIR SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TANJUNGPURA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

PESERTA PROGRAM RISET KARYA AKHIR SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
1	Elvi Yuli Machmudah	B1021181130	Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Dr. Ahmad Shalahuddin S.E., M.M.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
2	Muhammad Nurwahyudi	B1021181118	Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
3	Indra Kurniawan	B1021201013	Helma Malini, S.E., M.M., Ph.D.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
4	Mikhael Hamashiah	B1021181111	Helma Malini, S.E., M.M., Ph.D.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
5	Deni Triamanda	B1021201023	Helma Malini, S.E., M.M., Ph.D.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
6	Louisio Dio	B1021181090	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
7	Violita Indah Permani	B1021191096	Ilzar Daud, S.E., MSi., Ph.D.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
8	Violin	B1021191158	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
9	Irfan Syahyudi	B1021191160	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
10	Nur Azizah Maulidia	B1021181057	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., MP
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
11	Miko Mandala	B1021191070	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
12	Abdul Sukma Wardani	B1021181114	Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Syahbandi, SE, MM.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
13	Galang Setiadi	B1021201007	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S. E., M. M.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
14	Maulid Tommy Saputra	B1021191076	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
15	Yuyun	B1021201127	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S. E., M. M.
16	Ammar Rabbani	B1021201184	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Dr. Ahmad Shalahuddin S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
17	Calvin	B1021191122	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Dr. Ahmad Shalahuddin S.E., M.M.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
18	Dicky Hermanto	B1021181046	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Dr. Juniwati, S.E., M.P.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
19	Markel Yosa	B1021201106	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
20	Mikhael Candra Priadi	B1021191171	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
21	Veronika Bella Yulyaningsih	B1021191047	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
			Ahmadi, S.E., M.Sc
22	Egi Saputra	B1021181006	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., MP
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
23	Nizar Rahmadi	B1021201116	Dr. Hj. Juniwati, S.E., MP
			Syahbandi, SE, MM.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
24	Muhammad Reja Pahlepi	B1021191093	Heriyadi. S.E., M.E., Ph.D
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., MP
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
25	Veronika	B1021181034	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
			Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra S.E., M.M
26	Marchello	B1021191044	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
			Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
27	Yuni Arsita	B1021181068	Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
			Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
28	Sutri Murdiana Aspandi	B1021201008	Karsim, S.Kom., M.M.
			Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
29	Zannuba Arifah Chafsoh	B1021191006	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
30	Rahmadani Putra	B1021191087	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
31	Silverius Aldi	B1021201178	Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
32	Fatimah Azzahra Al-Idrus	B1024201003	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
33	Zhackya Nur Ikhsanida	B1024201018	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
34	Indria Fitriani	B1021191060	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
35	Aprillianus Beno. B	B1021191039	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
36	Muhammad Abdul Latief Lazuardi	B1021181049	Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Ikram Yakin, S.E., M.M
37	Muhammad Arrazi Bagaswara	B1024191027	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
38	Rika Asari	B1021191103	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
39	Septiani Rika	B1021191104	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
40	Kurnia	B1021191101	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M. M.
41	Jesaya Herlangga Manurung	B1021201180	Anwar Azazi SE, D.E.A.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
42	Wahyu Dwi Putra	B1021201173	Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
43	Theresa Putri Yunita Baras	B1021211106	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
44	Fajar	B1021181028	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
45	Yuliana Yuspita Eka	B1021181112	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Syahbandi, S.E., M.M.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
46	Mohamad Hafizi	B1021201071	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
47	Annissyah Dwi Weizah Putri	B1021181135	Dr. Sulistiowati, SE, MSi
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
48	Riatma Dita Perdana Sembiring Dephary	B1021191131	Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
49	Gattuso Putra Alif Asyonura	B1021201092	Dr. Ahmad Shalahuddin S.E., M.M.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
50	Imas Dwi Ningrum	B1021201049	Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri., S.S.T., M.M.
51	Fajar Hazlirahman	B1021191088	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
52	Ilmi Farisi Khumaini	B1021201126	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
53	Chamisyahuri	B1021181156	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
54	Dilla Melinia Okta	B1021201103	Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
55	Elvien Arielsandy	B1021181108	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
56	Adjie Pangestu	B1024191003	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
57	Dery Triatmojo	B1021201069	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
58	Muhammad Nabil Azamahir	B1021201068	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
59	Agnes Monica	B1021191079	Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
60	Nisrina Amalia	B1021181066	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
61	Bony Fasius	B1021191080	Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
62	Muhammad Rasyid Ridho	B1021201014	Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
63	Jose Haris Shandy	B1021181123	Dr. Wendy, SE., M.Sc.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
64	Jonathan Handrian	B1021201154	Dr. Barkah, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
65	Kaleb El Nusa Pardede	B1024201015	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., MP
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
66	Rafi Risya Putra	B1021191167	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
67	Harisa Juliani	B1021201095	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Ahmad Shalahuddin, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
68	Junaidi	B1021181134	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Ahmad Salahuddin, SE, MM.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
69	Fito Ardiansyah	B1021201155	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
70	Rijaludin	B1021191009	Karsim, S.Kom., M.M.
			Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
71	Merrie Nathania	B1024201025	Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
72	Muhammad Iqbal Muhaimin	B1021201078	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
73	Elsa Pradidta	B1021201074	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.
74	Lala Aryanis Marsanda	B1021191156	Prof. Dr Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
75	Suhardi	B1021191071	Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
76	Siska Fitria Ningsih	B1021201034	Prof. Dr. Nur Afifah, SE, M.Si
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
77	Fitriani	B1021201168	Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
			Syahbandi S.E., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
78	Vera Hariyanti	B1021181015	Prof. Mustaruddin, SE, M.Si, Ph.D.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
79	Aripah	B1021201110	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
80	Liau Ie Hau	B1021201011	Hasanudin, S.E., M.M.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M. Si.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
81	Delvia Putri Aspasya	B1024201032	Ikram Yakin, S.E., M.M.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
82	Deva Angelina	B1021181072	Anwar Azazi S.E., D.E.A.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
83	Felisia	B1024181014	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
84	Welim Hansen	B1021201175	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Efa Irdhayanti, S.E., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
85	Markus Iman Benidikto	B1021181083	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Efa Irdhayanti, S.E., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
86	Elsi Nanda Sapitri	B1022201009	Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
87	Yeni Anggriani	B1022201062	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
88	Deviana	B1023201020	Helma Malini, S.E., M.M., Ph.D.
			Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
89	Syafiah	B1022191034	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
			Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
90	Iman Ahmad Syahbandi	B1022191067	Syahbandi, S.E., M.M.
			Anggraini Syahputri., S.S.T., M.M
			Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
91	Ardion	B1023181031	Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si.
			Harry Setiawan, S.E., M.M.
92	Erwin	B1024201035	Dr. Barkah, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
93	Dimas Satria	B1022201023	Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Barkah, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
94	Ahmad Hilmi Fauzan	B1023191017	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
95	Naufal Dzaki Robita	B1022181009	Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
96	Nova Claudya Elliza	B1023181064	Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
97	Chandra	B1023181018	Dr. Wendy, SE., M.Sc.
			Ahmadi, S.E., M.Sc.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Ana Fitriana, S.E., M.M.
98	Gandhy Muhammad Kautsar	B1022181008	Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
99	Maria Olivia Pricilla	B1022191008	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
100	Vincentius Hengki Wijaya	B1023191061	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
101	Ricky Martin	B1022191062	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
102	Fiona Sartika	B1023201040	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
103	Multi Aldi Nugroho	B1023201016	Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
104	Priskila	B1022201007	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Prof. Mustaruddin, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
105	Muhammad Byan Farreldipo Cahyadi	B1022191057	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Ahmad Salahuddin, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
106	Al Vayyed Shalatar Barqah	B1022201031	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
107	Rizqi Maghribi	B1023181073	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Dr. Hj. Juniwati, S.E., M.P.
			Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D.
108	Yuliana Emilianda	B1022181021	Karsim, S.Kom., M.M.
			Mazayatul Mufrihah, S.E., M.M.
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Pramana Saputra S.E., M.M.
109	Mazmur Lawi	B1023181021	Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
110	Ruba'i	B1023191019	Syahbandi S.E., M.M.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
111	Ashriansyah Ramadhan	B1022201045	Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.

NO	Nama	NIM	Dosen Pembimbing
			Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
112	Suryani Dahniati	B1023201021	Dr. Sulistiowati, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
113	Piter Tanto Wijaya	B1023201014	Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M. Si
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
114	Sigit Ardi Saputra	B1022201040	Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M.Sc.
			Arman Jaya, S.Pd.I., M.M
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
115	Rizky Septian Mualis	B1023201019	Dr. Ahmad Shalahuddin, S.E., M.M.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
116	Mikael Hendri. S	B1024201043	Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Ikram Yakin, S.E., M.M.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Hasanudin, S.E., M.M.
117	Intanie Augustine	B1022201024	Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si.
			Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
118	Nawal Balqis	B1022201052	Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
			Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
119	Muhammad Alfin Febriadi	B1022181011	Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
			Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si.
			Yulyanti Fahruna, S.E., M.Si.
120	Izza Haniyah	B1022201016	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Dody Pratama Marumpe, S.Pd., M.M.
			Ilzar Daud, S.E., M.Si., Ph.D.
			Efa Irdhayanti S.E., M.M.
121	Yankhi	B1023181006	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Anggraini Syahputri, S.S.T., M.M.
122	Sultan Ridho Anugrah	B1023201004	Prof. Dr. Hj. Giriati, S.E., M.E.
			Rizani Ramadhan, S.E., M.M.
			Dr. Maria Christiana Iman Kalis, S.E., M.M.
			Endah Mayasari, S.Pd., M.M.
123	Fransisco Yubileus	B1022181039	Anwar Azazi, S.E., D.E.A.
			Prof. Dr. Ramadania, S.E., M.Si.
			Dr. Wendy, S.E., M.Sc.
			Uray Ndaru Mustika, S.E., M.M.
124	Albert Edwardo	B1023191012	Dr. Rizky Fauzan, S.E., M.M.
			Pramana Saputra, S.E., M.M
			Prof. Dr. Nurul Komari, S.E., M.P.
			Karsim, S.Kom., M.M.

A.N. REKTOR
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA

BARKAH
NIP.196502201990032004

LAMPIRAN II

Letter of Acceptance

PRIMARY
Journal of Multidsciplinary Research
ejournal.publine.or.id/index.php/pjmr

Letter Of Acceptance

To Whom It May Concern

No. 197/LOA/PJMR/V/2025

Editor in Chief of **Primary Journal of Multidisciplinary Research** has decided that the name of article below has been reviewed and will be published in Vol. 1 No. 3, June 2025.

Author	:	**Egi Saputra, Ramadania , Heriyadi, Wenny Pebrianti**
Email	:	Egigaming504@gmail.com
Title	:	**Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler dan Nilai Ekonomis terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (studi pada pembelian produk Telkomsel prabayar Simpati di Pontianak)**
Link Journal	:	https://ejournal.publine.or.id/index.php/pjmr/index
Indexation	:	Google Scholar, Crossref, Garuda, Copernicus, Dimensions, One Search, BASE, ROAD.
Status	:	Accepted

This reference is made to be used properly.

Best Regards,

Editor in Chief,

Wahyu Ridho=

LAMPIRAN III
Dokumen Informasi Artikel

INFORMASI JURNAL
PROGRAM MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
MBKM RISET
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA

==========

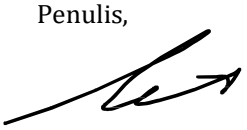
1. Identitas Jurnal Ilmiah Terindeks (tempat artikel diterbitkan)

Nama Jurnal	Jurnal Ilmiah Multidisiplin : PRIMARY
Vol/No/bln/Thn/ diterbitkan	Vol.1, No 3 (2025) (diterbitkan 25 Juni 2025)
Kategori Jurnal	Index Copernicus
Judul Final	Pengaruh Kualitas Jaringan Seluler Dan Nilai Ekonomis Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pembelian Produk Telkomsel Simpati Di Pontianak)
Bidang Ilmu	Pemasaran
Penerbit	Jurnal Ilmiah Multidisiplin : PRIMARY
Author (Seluruhnya)	Egi Saputra, Ramadania, Heriyadi, Wenny Pebrianti
Link Web Jurnal	https://ejournal.publine.or.id/index.php/pjmr/article/view/197
Link Download Artikel (jika sudah ada)	https://doi.org/10.70716/pjmr.v1i3

2. Identitas Pengusul

Nama Pengusul	Egi Saputra
NIM	B1021181006
Program	Reguler/ ~~Internasional/PPAPK SORE/ PPAPK MALAM~~
Konsentrasi	Pemasaran
No WA	082253483220
Email	Egigaming504@gmail.com

Pontianak, 18 Juni 2025
Penulis,



Egi Saputra

LAMPIRAN IV
Tabel Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Teoritik Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel Penelitian	Indikator	Item Pertanyaan	No Item Kuesioner
1	*Mobile Call Quality* (Kualitas Jaringan seluler)	*Mobile Call Quality* didefinisikan sebagai kualitas jaringan yang mencakup kejernihan suara telepon, jangkauan dan kecepatan akses internet yang dirasakan oleh pelanggan dan merupakan isu utama kepuasan pelanggan (Ramadania, et al, 2018).	*Mobile Call Quality* didefinisikan sebagai kualitas jaringan yang mencakup kejernihan suara telepon, jangkauan dan kecepatan akses internet yang dirasakan oleh pelanggan telkomsel dan merupakan isu utama kepuasan pelanggan.	1. Kualitas Jaringan 2. Cakupan Jaringan 3. Kecepatan Akses Internet	1. Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki kualitas panggilan suara yang jernih. 2. Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki jaringan yang luas. 3. Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki kecepatan akses internet yang memuaskan	1 2 3
2	*Value For Money* (Nilai Tukar Uang)	*Value For Money* didefinisikan sebagai penghargaan terhadap nilai uang (Dila Wulansari dan Aqwa Naser Daulay, 2023) dan (I Wayan Meryawan, et,al, 2022).	*Value For Money* didefinisikan sebagai penghargaan terhadap nilai uang yang diberikan pelanggan telkomsel untuk mendapatkan manfaat dari produk yang mereka beli.	1. Nilai Ekonomis 2. Nilai Emosional	1. Manfaat layanan jaringan telkomsel yang saya gunakan sebanding dengan uang yang dibayarkan. 2. Menggunakan produk telkomsel mampu mengurangi kekhawatiran terkait	4 5

					masalah jaringan seluler.	
				3. Nilai Sosial	3. Menggunakan produk telkomsel yang terjangkau dapat meningkatkan citra diri konsumen.	6
3	*Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan)	*Customer Satisfaction* mengacu pada keadaan kepuasan yang dialami oleh seseorang ketika persyaratan atau keinginan mereka berhasil terpenuhi. (Dhelviana, et al, 2023).	Customer Satisfaction mengacu pada keadaan kepuasan yang dialami pelanggan telkomsel ketika persyaratan atau keinginan mereka berhasil terpenuhi.	1. Kepuasan Pelanggan	1. Saya senang menggunakan produk telkomsel prabayar.	**7**
				2. Ekspektasi	2. Pengalaman saya menggunakan produk telkomsel prabayar sesuai dengan ekspektasi saya.	8
				3. Kepuasan	3. Saya marasa puas menggunakan produk telkomsel prabayar	9
4	*Customer Loyalty* (Loyalitas Pelanggan)	*Customer Loyalty* atau Loyalitas Pelanggan adalah Loyalitas pelanggan adalah perasaan dan sikap pelanggan yang diberikan oleh suatu	*Customer Loyalty* atau Loyalitas Pelanggan adalah Loyalitas pelanggan adalah perasaan dan sikap pelanggan yang diberikan oleh produk	1. Kesediaan Untuk Merekomendasikan	1. Saya akan merekomendasikan produk telkomsel prabayar kepada siapa pun yang meminta saran kepada saya.	10

		perusahaan atau penyedia jasa yang akan membentuk persepsi terhadap kualitas jasa (Rizki Tito Sanjaya, et, al, 2023).	telkomsel prabayar yang akan membentuk persepsi terhadap kualitas jasa.	2. Niat Membeli Kembali 3. Sensitivitas Harga	2. Saya lebih cenderung berlangganan produk telkomse prabayar dimasa depan. 3. Saya akan tetap membeli produk telkomsel prabayar meskipun mereka menaikan harga layanannya.	11 12

LAMPIRAN V
Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Responden Yth,

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Syalom, Oom Swastiastu, Namo Buddhaya, Salam kebajikan dan salam sejahtera untuk kita semua.

Perkenalkan saya Egi Saputra mahasiswa S1 Program Studi Manajemen, Universitas Tanjungpura Pontianak. Saat ini saya sedang melakukan penelitian/riset untuk memperoleh gelar sarjana dengan judul "Pengaruh Kualitas Panggilan Seluler dan Nilai Ekonomis terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Mediasi (studi pada pembelian produk telkomsel prabayar simpati di pontianak)". Untuk itu, saya dengan rendah hati memohon bantuan teman-teman, Saudara/i agar berkenan untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat Anda. Apapun pilihan jawaban tidak akan dinilai benar atau salah. Semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk keperluan pengolahan data penelitian ini.

Adapun kriteria responden dalam riset ini adalah sebagai berikut:

1. Responden bertempat tinggal di Pontianak
2. Responden berusia minimal 17 tahun
3. Responden pernah menggunakan produk telkomsel prabayar Simpati

Peneliti menyadari bahwa waktu Saudara/i sangat berharga dan terbatas. Namun, peneliti berharap Saudara/i berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan bersungguh-sungguh berdasarkan pengalaman pribadi. Tanggapan yang akurat dan penuh kesungguhan dari Saudara/i sangat penting, karena kualitas riset ini sangat bergantung pada jawaban yang diberikan. Atas perhatian dan kesediaan waktunya, saya ucapkan banyak terima kasih. Semoga bantuan dan amal baik Saudara/i mendapatkan imbalan yang berlipat dari Tuhan Yang Maha Esa, Aamiin.

Hormat Saya,



Egi Saputra

I. **Karakteristik Responden**

1. Jenis Kelamin:
   a. Laki – Laki
   b. Perempuan

2. Usia
   a. 17-23 Tahun
   b. 24-29 Tahun
   c. 30-35 Tahun

3. Pendidikan Terakhir
   a. SMA Sederajat
   b. Sarjana/Diploma
   c. Pasca Sarjana

4. Lama Pemakaian
   a. Kurang dari 1 tahun
   b. 1 sampai 2 tahun
   c. Lebih dari 3 tahun

5. Pekerjaan
   a. Pelajar
   b. Mahasiswa
   c. Pegawai Swasta
   d. PNS
   e. BUMN/BUMD
   f. Wiraswasta
   g. TNI/POLRI
   h. Lain- lain

II. Perilaku Konsumsi Responden

1. Pendapatan perbulan (bagi responden yang sudah bekerja)
   a. Dibawah Rp 1.000.000
   b. Diatas Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
   c. Diatas Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
   d. Diatas Rp 4.000.000
   e. Belum Bekerja
2. Uang saku perbulan (bago responden yang belum bekerja)
   a. Dibawah Rp 1.000.000
   b. Diatas Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000
   c. Diatas Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000
   d. Diatas Rp 2.000.000
   e. Sudah Bekerja
3. Seberapa sering anda menggunakan produk telkomsel prabayar simpati dalam sebulan
   a. 2 kali sebulan

b. 3 kali sebulan
c. 4 kali sebulan
d. Lebih dari 4 kali sebulan

4. Apa alasan anda menggunakan produk telkomsel prabayar simpati
   a. Jangkauan jaringan yang luas
   b. Kualitas jaringan yang baik
   c. Berbagai pilihan paket data
   d. Layanan digital yang unggul
   e. Inovasi produk yang terus berkembang
   f. Layanan pelanggan yang baik
   g. Penawaran dan promo menarik
   h. Prioritas jaringan

III. Tanggapan responden terhadap variabel penelitian

Petunjuk pengisian kuesioner

Pilih dan berikan tanda centang pada jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenar-benarnya.

3.1. Tanggapan responden tentang kualitas jaringan seluler pada produk simpati

No	Pernyataan	Jawaban				
		Tidak Setuju	Kurang Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki kualitas panggilan suara yang jernih.					
2	Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki jaringan yang luas.					
3	Penyedia layanan seluler telkomsel memiliki kecepatan akses internet yang memuaskan.					

3.2. Tanggapan responden tentang nilai ekonomis pada produk simpati

No	Pernyataan	Jawaban				
		Tidak Setuju	Kurang Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Manfaat layanan jaringan telkomsel yang saya gunakan sebanding dengan uang yang dibayarkan.					
2	Menggunakan produk telkomsel mampu mengurangi kekhawatiran terkait masalah jaringan seluler.					
3	Menggunakan produk telkomsel yang terjangkau					

	dapat meningkatkan citra diri konsumen.					

3.3. Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan pada produk simpati

No	Pernyataan	Jawaban				
		Tidak Setuju	Kurang Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya senang menggunakan produk telkomsel prabayar.					
2	Pengalaman saya menggunakan produk telkomsel prabayar sesuai dengan ekspektasi saya.					
3	Saya marasa puas menggunakan produk telkomsel prabayar					

3.4. Tanggapan responden terhadap loyalitas pelanggan pada produk simpati

No	Pernyataan	Jawaban				
		Tidak Setuju	Kurang Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	Saya akan merekomendasikan produk telkomsel prabayar kepada siapapun yang meminta saran kepada saya.					
2	Saya lebih cenderung berlangganan produk telkomse prabayar dimasa depan.					
3	Saya akan tetap membeli produk telkomsel prabayar meskipun mereka menaikan harga layanannya.					

LAMPIRAN VI
Data Mentah

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
1	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15
2	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	4	4	13
3	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15
4	4	4	3	11	4	5	3	12	5	5	5	15	3	4	4	11
5	5	5	5	15	5	5	2	12	5	5	5	15	5	5	5	15
6	4	5	3	12	5	4	2	11	4	5	5	14	3	4	5	12
7	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
8	5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13
9	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
10	3	3	4	10	5	5	4	14	4	3	3	10	5	5	4	14
11	5	4	4	13	3	4	5	12	4	3	5	12	4	5	5	14
12	5	5	4	14	3	4	5	12	5	5	5	15	5	3	5	13
13	4	4	2	10	4	4	5	13	5	5	4	14	3	4	5	12
14	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14
15	4	3	4	11	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15
16	4	4	3	11	4	5	2	11	4	3	5	12	5	5	4	14
17	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	4	14
18	4	4	3	11	4	5	4	13	5	5	5	15	3	4	5	12
19	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
20	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	4	11
21	4	3	3	10	4	4	4	12	5	3	5	13	4	5	4	13
22	4	4	5	13	3	4	4	11	4	4	5	13	4	4	5	13
23	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
24	5	3	4	12	3	4	3	10	5	3	5	13	5	3	4	12
25	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15
26	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12
27	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12
28	5	5	3	13	4	4	2	10	4	4	5	13	5	5	5	15
29	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	4	11	5	3	4	12
30	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
31	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14
32	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
33	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
34	5	4	4	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12
35	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	4	12
36	5	4	3	12	4	3	3	10	5	4	5	14	4	5	4	13
37	3	3	2	8	3	3	2	8	3	3	3	9	4	4	3	11
38	5	4	4	13	4	4	3	11	5	3	5	13	5	5	5	15
39	4	3	4	11	2	4	3	9	5	4	4	13	3	3	3	9
40	4	4	3	11	4	3	4	11	4	5	5	14	4	4	4	12
41	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	4	3	4	11
42	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13
43	4	3	5	12	5	5	4	14	4	3	5	12	3	4	4	11
44	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
45	4	4	4	12	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	4	14
46	5	4	3	12	4	4	4	12	4	3	5	12	4	5	5	14
47	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
48	3	2	4	9	2	4	2	8	2	3	3	8	2	4	4	10
49	5	5	4	14	4	5	5	14	5	3	5	13	4	4	4	12
50	5	5	3	13	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
51	4	4	3	11	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	4	12
52	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	5	14
53	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
54	4	3	5	12	4	3	5	12	4	5	3	12	4	5	3	12
55	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	5	15
56	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
57	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
58	5	3	3	11	3	5	3	11	5	5	5	15	5	3	3	11
59	4	4	3	11	5	4	4	13	4	5	3	12	4	4	4	12
60	4	4	3	11	3	4	4	11	5	3	4	12	4	4	4	12

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
61	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13
62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
63	4	5	3	12	4	4	4	12	5	3	4	12	4	4	4	12
64	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
65	3	3	3	9	2	4	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9
66	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	5	14
67	4	3	4	11	4	5	5	14	4	3	5	12	5	5	5	15
68	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
69	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15
70	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12
71	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
72	4	3	4	11	4	4	3	11	5	5	5	15	5	5	5	15
73	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
74	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	4	13
75	5	5	5	15	5	5	4	14	3	4	5	12	5	5	5	15
76	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
77	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12
78	4	4	3	11	3	5	4	12	5	5	5	15	5	4	4	13
79	5	5	5	15	3	5	3	11	5	5	5	15	5	5	5	15
80	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
81	5	4	4	13	4	5	5	14	5	5	5	15	5	3	5	13
82	3	3	4	10	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	12
83	4	5	3	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12
84	5	5	5	15	5	4	4	13	3	3	5	11	5	4	4	13
85	4	4	3	11	5	4	4	13	4	5	5	14	5	5	4	14
86	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	15	4	5	5	14
87	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
88	5	3	5	13	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
89	4	3	4	11	3	4	5	12	4	5	5	14	5	5	5	15
90	5	5	5	15	5	4	5	14	5	3	5	13	5	5	5	15

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
91	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
92	4	3	5	12	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13
93	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
94	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
95	5	4	3	12	3	4	4	11	5	5	5	15	4	5	5	14
96	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14
97	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	4	12
98	3	3	4	10	4	4	3	11	3	3	4	10	5	4	4	13
99	4	3	4	11	5	3	4	12	4	4	5	13	5	5	4	14
100	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	4	13
101	4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	5	14	4	4	5	13
102	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
103	5	4	4	13	4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	3	11
104	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
105	4	3	4	11	5	4	3	12	4	3	5	12	5	4	4	13
106	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13
107	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	15
108	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	5	14
109	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
110	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13
111	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	13	5	5	4	14
112	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15
113	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
114	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	4	14
115	4	3	3	10	4	5	5	14	5	3	3	11	5	4	4	13
116	5	3	3	11	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14
117	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	4	11	3	3	3	9
118	4	4	3	11	3	5	5	13	4	4	4	12	4	5	5	14
119	5	4	4	13	5	5	3	13	5	5	5	15	4	5	5	14
120	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
121	4	3	4	11	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	4	13
122	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	13
123	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14
124	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	5	14	5	4	5	14
125	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13
126	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13
127	2	3	2	7	3	3	2	8	2	2	3	7	2	3	2	7
128	3	4	3	10	4	4	3	11	3	3	4	10	3	3	4	10
129	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	3	8	2	3	2	7
130	4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	3	11
131	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	4	13
132	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	4	13
133	4	3	2	9	3	2	3	8	3	4	4	11	3	4	4	11
134	5	5	5	15	3	5	4	12	5	5	5	15	4	5	5	14
135	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	5	15
136	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	5	14
137	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	3	8
138	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	11	4	3	4	11
139	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	4	5	4	13
140	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
141	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
142	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	5	14
143	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	4	13
144	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	3	11	3	4	3	10
145	2	3	3	8	2	3	2	7	2	2	3	7	3	2	3	8
146	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
147	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	4	14
148	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15
149	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	10
150	2	2	3	7	2	3	3	8	3	3	2	8	2	3	2	7

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
151	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
152	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
153	4	5	5	14	4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	5	14
154	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
155	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
156	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
157	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
158	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	5	14
159	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
160	3	4	4	11	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11
161	4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13
162	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13
163	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
164	4	5	5	14	4	4	5	13	5	4	4	13	5	4	5	14
165	4	3	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11
166	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13
167	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
168	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	5	13
169	5	5	4	14	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	5	14
170	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	4	13
171	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13
172	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14
173	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14
174	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
175	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
176	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	4	11
177	3	5	5	13	5	5	3	13	5	3	5	13	5	5	5	15
178	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14
179	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
180	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15

No	Kualitas Panggilan Seluler				Nilai Ekonomis				Kepuasan Pelanggan				Loyalitas Pelanggan			
	KPS 1	KPS 2	KPS3	Total	NE 1	NE 2	NE 3	Total	KP 1	KP 2	KP 3	Total	LP 1	LP 2	LP 3	Total
181	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
182	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
183	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
184	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
185	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15
186	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	5	14
187	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	5	14
188	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14
189	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15
190	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	4	11
191	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	5	14
192	4	4	4	12	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	5	14
193	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
194	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	4	5	4	13
195	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
196	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14
197	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	5	14
198	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14
199	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
200	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15

LAMPIRAN VII
Output Olahan Data

Convergent Validity

Outer loadings - Matrix

	CL1	CQ	CS1	VFM1
CL1	0.853			
CL2	0.838			
CL3	0.869			
CQ1		0.875		
CQ2		0.819		
CQ3		0.791		
CS1			0.867	
CS2			0.787	
CS3			0.808	
VFM1				0.824
VFM2				0.828
VFM3				0.796

Construct Reliability

Construct reliability and validity - Overview

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (A...
CL1	0.813	0.815	0.889	0.728
CQ	0.773	0.783	0.868	0.688
CS1	0.758	0.761	0.861	0.675
VFM1	0.751	0.754	0.857	0.667

Discriminant Validity

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	CL1	CQ	CS1	VFM1
CL1	0.853			
CQ	0.789	0.829		
CS1	0.792	0.789	0.821	
VFM1	0.792	0.807	0.753	0.816

Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings

	CL1	CQ	CS1	VFM1
CL1	0.853	0.673	0.659	0.678
CL2	0.838	0.637	0.658	0.667
CL3	0.869	0.709	0.711	0.683
CQ1	0.704	0.875	0.754	0.671
CQ2	0.612	0.819	0.621	0.634
CQ3	0.644	0.791	0.574	0.707
CS1	0.672	0.666	0.867	0.673
CS2	0.593	0.646	0.787	0.602
CS3	0.685	0.633	0.808	0.580
VFM1	0.662	0.627	0.585	0.824
VFM2	0.685	0.687	0.674	0.828
VFM3	0.588	0.662	0.581	0.796

R-Square

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
CL1	0.733	0.729
CS1	0.662	0.659

HTMT

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

	CL1	CQ	CS1	VFM1
CL1				
CQ	0.993			
CS1	1.008	1.026		
VFM1	1.011	1.062	0.995	

Model Fit

Model fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.073	0.073
d_ULS	0.417	0.417
d_G	0.282	0.282
Chi-square	314.739	314.739
NFI	0.781	0.781

Path Coeffition

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
CQ -> CL1	0.250	0.247	0.084	2.962	0.003
CQ -> CS1	0.520	0.514	0.080	6.471	0.000
CS1 -> CL1	0.347	0.348	0.082	4.238	0.000
VFM1 -> CL1	0.329	0.330	0.088	3.748	0.000
VFM1 -> CS1	0.334	0.338	0.080	4.173	0.000

Specific Indirect Effect

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
VFM1 -> CS1 -> CL1	0.116	0.118	0.041	2.826	0.005
CQ -> CS1 -> CL1	0.181	0.179	0.051	3.533	0.000