

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL DI
KOTA SEMARANG**

(Studi Kasus Telkomsel di Kota Semarang)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



ANINDIA BEAUTY PRIMADITA

NIM. 14.D1.0319

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

2019

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anindia Beauty Primadita

NIM : 14.D1.0319

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Telkomsel di Kota Semarang”** adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang, 23 Oktober 2019

Yang menvatakan,

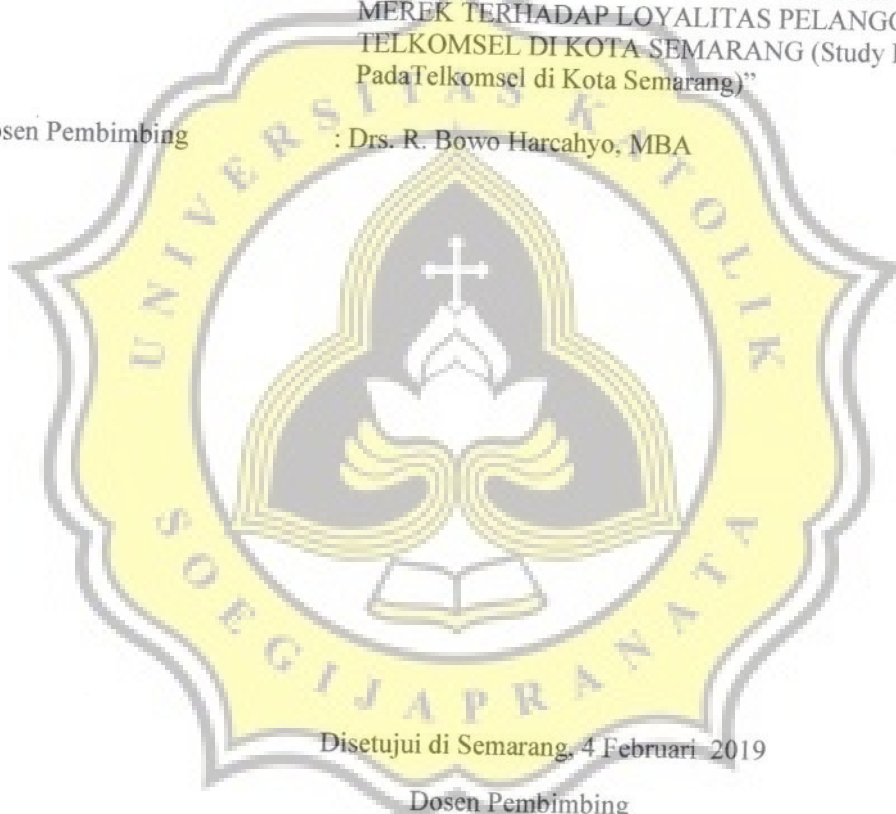


Anindia Beauty Primadita

NIM. 14.D1.0319

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anindia Beauty Primadita
NIM : 14.D1.0319
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : “PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TELKOMSEL DI KOTA SEMARANG (Study Kasus Pada Pada Telkomsel di Kota Semarang)”
Dosen Pembimbing : Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA



(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Telkomsel di Kota Semarang”

Yang disusun oleh

Nama : Anindia Beauty Primadita

NIM : 14.D1.0319

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Program Studi : Manajemen

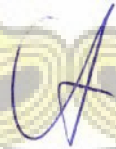
Telah dipertahankan di hadapan Tim penguji pada hari Rabu tanggal 23 Oktober 2019 dan diterima sebagai bahan persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katholik Soegijapranata

Penguji 1



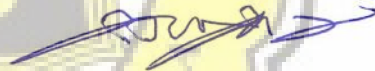
(Dr. J. Wijanto H, SE, MT)

Penguji 2



(M. Widyanto, SE, MM)

Penguji 3



(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Octavianus Digo Hartomo, SE., M.Si. Akt)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS TELKOMSEL DI KOTA SEMARANG”

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis menyampaikan terima kasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada:

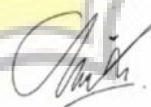
1. Bapak Dr. Octavianus Digdo Hartomo selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, kritikan, masukan dan nasihat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah membantu memberikan pengarahan kegiatan administratif kepada penulis dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kol. Mar Eko Sudianto dan Indah Sri Purwaningsih, Ayah dan Ibu yang saya sayangi beliau selalu memberikan doa, semangat, dukungan, apapun itu untuk terlaksana skripsi ini setiap waktu.
5. Navy Pradhana Primasatya, S.IK dan Angkasa Deaztara Primasakti, kedua saudara laki – laki yang tersayang, dan yang selalu memberikan motivasi terbaik ke saya.

6. Erse Dianawati S.E , tante tersayang saya yang telah membantu penelitian skripsi saya ini.
7. Ahmad Anas Al Chakim, kekasih dan insha Allah jadi imam saya yang telah menemani, memberi semangat dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat sejati saya , yaitu Anna sahabat saya yang selalu membantu, memotivasi saya dari awal perkuliahan sampai akhir ini.
9. Sahabat – sahabat lain saya Monik, Opet, Shella, Anes, Vega, Henny dan Merry yang telah memberikan kontribusi atau masukan selama ini.
10. Para responden yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
11. Seluruh pihak yang terkait, penulis tidak dapat sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Akhirnya penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 4 Juli 2019

Penulis



Anindia Beauty Primadita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anindia Beauty Primadita

NIM : 14.D1.0319

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas skripsi yang berjudul :

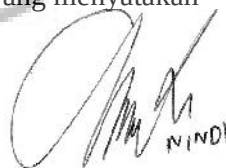
“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Telkomsel di Kota Semarang”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : Rabu, 23 Oktober 2019

Yang menyatakan

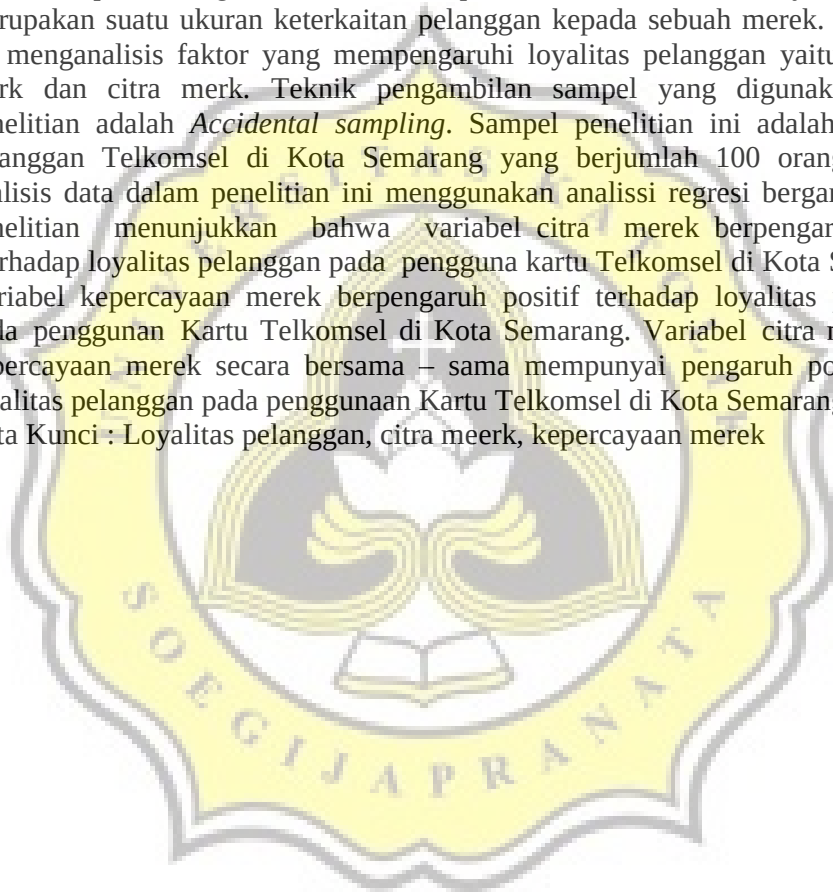


(Anindia Beauty Primadita)

ABSTRAK

Telkomsel merupakan salah satu opedikenal masyarakat adalah jaringan telekomunikasi yang bagus dan besar, yaitu dapat menjangkau seluruh kawasan negara Indonesia. Loyalitas pelanggan merupakan faktor yang paling penting dalam mempertahankan pelanggan. Citra merek untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam mempertahankan pelanggan, citra merek yang kuat merupakan salah satu pertimbangan untuk memilih produk telekomunikasi. Loyalitas merek merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu loyalitas merk dan citra merk. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *Accidental sampling*. Sampel penelitian ini adalah sebagian pelanggan Telkomsel di Kota Semarang yang berjumlah 100 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analissi regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna kartu Telkomsel di Kota Semarang. Variabel kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada penggunan Kartu Telkomsel di Kota Semarang. Variabel citra merek dan kepercayaan merek secara bersama – sama mempunyai pengaruh positif pada loyalitas pelanggan pada penggunaan Kartu Telkomsel di Kota Semarang.

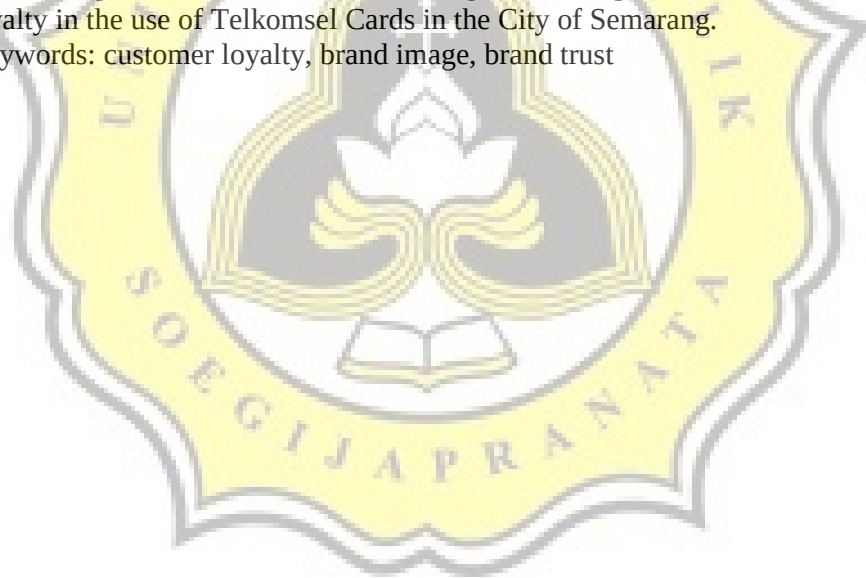
Kata Kunci : Loyalitas pelanggan, citra meerck, kepercayaan merek



ABSTRACT

Telkomsel is one of the best known public is a good and large telecommunications network, which can reach all regions of the country of Indonesia. Customer loyalty is the most important factor in retaining customers. Brand image is to maintain customer loyalty. In retaining customers, a strong brand image is one of the considerations for choosing telecommunications products. Brand loyalty is a measure of the customer's relationship to a brand. This study analyzes the factors that influence customer loyalty, brand loyalty and brand image. The sampling technique used in the study is accidental sampling. The sample of this study was a portion of Telkomsel customers in Semarang City, which amounted to 100 people. Data analysis techniques in this study used multiple regression analysis. The results showed that the brand image variables had positive effects on customer loyalty for Telkomsel card users in Semarang City. Brand trust variables have a positive effect on customer loyalty in Telkomsel Card Users in Semarang City. Brand image variables and brand trust together have positive effects on customer loyalty in the use of Telkomsel Cards in the City of Semarang.

Keywords: customer loyalty, brand image, brand trust



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.....	6
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Teori yang Berkenaan dengan Variabel Penelitian	8
2.1.1. Citra Merek (<i>Brand2Image</i>)	8
2.1.2. Kepercayaan Merek	13
2.1.3. Loyalitas Pelanggan (<i>Brand Loyalty</i>).....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian	21

3.1.1. Populasi, Sampel & Teknik <i>Sampling</i>	21
3.2. Metode Pengumpulan Data	22
3.3. Uji Instrumen	23
3.4. Alat Analisis Data	25
3.4.1. Analisis Deskriptif dan Analisis Kuantitatif	25
3.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.4.3 Pengujian Hipotesis	26
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	28
4.1.1 Responden Berdasar Jenis Kelamin	28
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia	29
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
4.1.4. Responden Berdasarkan Penghasilan	30
4.1.5. Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	31
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	32
4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek (X_1)	32
4.2.2. Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek (X_2)	34
4.2.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas (Y)	35
4.3. Analisis Data	37
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	37
4.3.2 Koefisien Determinasi	38
4.3.3 Pengujian Hipotesis	39
4.3.5. Pembahasan	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN 1	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
Tabel 3.3. (a) Tabel Hasil Uji Validitas.....	23
Tabel 3.3. (b) Tabel Hasil Uji Reabilitas	25
Tabel 4.1.1 Karakteristik Berdasar Jenis Kelamin	28
Tabel 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (dalam tahun).....	29
Tabel 4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	31
Tabel 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	32
Tabel 4.2.1 Nilai Jawaban Variabel Citra Merek	33
Tabel 4.2.2. Nilai Jawaban dari Variabel Kepercayaan Merek.....	35
Tabel 4.2.3. Nilai Jawaban Variabel Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 4.3.1 Koefisien Regresi Linier Berganda	38
Tabel 4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	39
Tabel 4.3.3 Uji t (parsial)	40
Tabel 4.3.4 Uji Statistik F	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Telepon Nirkabel dan Telepon Seluler di Indonesia.....	. 1
Gambar 1.2 Operator Layanan Tercepat di Indonesia Tahun 2018	. 2
Gambar 1.3 Top Brand Operator di Indonesia (2018)	. 4
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian	. 17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Foto : Lokasi Grapari Telkomsel Pahlawan Kota Semarang	46
Lampiran 2 Kuesioner.....	47
Lampiran 3 Hasil Uji Statistik.....	51
Lampiran 4 Data Responden	57
Lampiran 5 Hasil Plagscan.....	60

