

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMBENTUK *BRAND IMAGE* OPERATOR
TELEPON SELULER TELKOMSEL DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

NIRA PERTIWI

NPM. 1642010006

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2020**

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMBENTUK *BRAND IMAGE* OPERATOR
TELEPON SELULER TELKOMSEL DI KOTA SURABAYA**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Adminitrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

SKRIPSI



Oleh:

NIRA PERTIWI

NPM. 1642010006

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2020

LEMBAR PERSETUJUAN

Analisis Faktor Yang Membentuk *Brand Image* Operator

Telepon Seluler Telkomsel Di Kota Surabaya

Disusun Oleh:

NIRA PERTIWI
NPM.1642010006

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP.195907011987031

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis Faktor Yang Membentuk *Brand Image* Operator
Telepon Seluler Telkomsel Di Kota Surabaya**

Oleh:


Nira Pertiwi
NPM.1642010006

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal 19 Juni 2020


Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001

Tim Penguji

1) Ketua


Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si
NIP. 196112241989031007



2) Sekretaris


Dr. Jojok Dwi R. S.Sos, M.Si
NPT. 370119500421

3) Anggota


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001

**Mengetahui,
DEKAN**



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP.195907011987031

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul “**Analisis Faktor Yang Membentuk *Brand Image* Operator Telepon Seluler Telkomsel di Kota Surabaya**”.

Proposal penelitian ini disusun sesuai dengan aturan dan kurikulum yang berlaku pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang digunakan sebagai salah satu syarat kelulusan.

Selesainya proposal penelitian ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan serta dukungan dari beberapa pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian proposal penelitian ini. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, mendukung serta memberi saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal penelitian ini.

4. Segenap bapak dan ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan berupa materil dan moril.
6. Seluruh teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Tahun 2016.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam proposal penelitian ini, hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran dari pembaca. Semoga proposal penelitian ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan kepada para pembaca pada umumnya.

Surabaya, Juli 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pemasaran.....	14
2.2.1.1 Definisi Pemasaran	14

2.2.1.2	Tujuan Pemasaran.....	15
2.2.2	Pemasaran Jasa.....	16
2.2.2.1	Definisi Jasa.....	16
2.2.2.2	Pemasaran Jasa.....	16
2.2.2.3	Karakteristik Pemasaran Jasa.....	17
2.2.2.4	Bauran Pemasaran Jasa.....	19
2.2.3	<i>Brand</i>	23
2.2.3.1	Definisi <i>Brand</i>	23
2.2.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand</i>	24
2.2.3.3	Manfaat <i>Brand</i>	25
2.2.4	<i>Brand Image</i>	27
2.2.4.1	Definisi <i>Brand Image</i>	27
2.2.4.2	Dimensi <i>Brand Image</i>	28
2.2.5	Analisis Faktor.....	29
2.3	Kerangka Berpikir.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian.....	35
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	36
3.2.1	Definisi Operasional.....	36
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	40

3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel	41
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	43
3.4.1	Jenis Data.....	43
3.4.2	Sumber Data	44
3.4.3	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5	Teknik Analisis Data	46
3.5.1	Teknik Analisis	46
3.5.2	Uji Validitas	47
3.5.3	Uji Reliabilitas	48
3.5.4	Analisis Faktor.....	49
3.5.4.1	Model Analisis Faktor.....	49
3.5.4.2	Langkah Analisis Faktor	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1	Sejarah Perusahaan	57
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.2	Penyajian Data.....	60

4.2.1	Data Karakteristik Responden	61
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	63
4.3	Analisis Hasil Penelitian	70
4.3.1	Uji Validitas	70
4.3.2	Uji Reliabilitas	71
4.3.3	Uji Analisis Faktor.....	72
4.3.3.1	Analisis Interkorelasi Antar Variabel	72
4.3.3.2	Ekstraksi Faktor	75
4.3.3.3	Rotasi Matriks Faktor	77
4.4	Pembahasan	87
4.5	Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		97
5.1	Kesimpulan.....	97
5.2	Saran.....	98
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	98
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Populasi, Pengguna Ponsel & Internet	3
Gambar 1.2 Koneksi Seluler Berdasarkan Jenis	3
Gambar 1.3 Data Statistik Pengalaman Seluler Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Logo Telkomsel	56
Gambar 4.2 Hasil Analisis Faktor.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Simcard Prabayar 2018-2020	7
Tabel 1.2 Top Brand Simcard Pascabayar 2018-2020.....	8
Tabel 1.3 Pengguna Operator Telepon Seluler Di Kota Surabaya	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 Manfaat Merek Bagi Konsumen	25
Tabel 3.1 Skala Likert.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert (Bentuk <i>Checklist</i>).....	44
Tabel 3.3 Makna Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	47
Tabel 3.4 Harga KMO	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabe; 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	62
Tabel 4.5 Deskripsi Analisis Variabel <i>Product Attribbute</i>	63
Tabel 4.6 Deskripsi Analisis Variabel <i>Consumer Benefit</i>	65
Tabel 4.7 Deskripsi Analisis Variabel <i>Brand Personality</i>	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji KMO.....	71
Tabel 4.11 Kaiser Meyer Olkin (KMO)	72
Tabel 4.12 <i>Measure Of Sampling Adequency</i> (MSA)	73
Tabel 4.13 Hasil Ekstraksi Faktor.....	75

Tabel 4.14 Hasil Komponen Matriks	77
Tabel 4.15 Hasil Rotasi Matriks	78
Tabel 4.16 Hasil Analisis Faktor	82
Tabel 4.17 Matriks Penelitian Terdahulu dan Saat Ini.....	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran :

1. Lembar Kuesioner Penelitian
2. Hasil Kuesioner
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Uji Kaiser Meyer Olkin (KMO)
6. Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA)
7. Uji Analisis Faktor

ABSTRAK

Nira Pertiwi, 1642010006, Analisis Faktor Yang Membentuk Brand Image

Operator Telepon Seluler Telkomsel Di Kota Surabaya

Kehadiran telepon seluler telah merubah cara hidup manusia. Komunikasi jarak jauh bukan lagi menjadi hal yang sulit dilakukan. Operator telepon seluler mulai bermunculan. Seiring berkembangnya jaman, persaingan bisnis telekomunikasi semakin pesat. Telkomsel adalah perusahaan telekomunikasi di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1993 dan telah menjadi operator telepon seluler terbesar di Indonesia dengan lebih dari 140 juta pelanggan.

Penelitian ini menjelaskan faktor apa saja yang membentuk brand image operator telepon seluler Telkomsel di Kota Surabaya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor eksploratory. Penelitian ini secara khusus meneliti tiga variabel laten dengan 18 variabel manifest. Populasi penelitian ini adalah pengguna aktif Telkomsel di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dan sampling quota.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang membentuk brand image operator telepon seluler Telkomsel di Kota Surabaya yaitu faktor brand personality, faktor consumer benefit, faktor persepsi kualitas dan faktor product attribute.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Brand Image, Telkomsel

ABSTRACT

Nira Pertiwi, 1642010006, *Analysis of Factor That Shape The Brand Image of Telkomsel Cell Phone Operators In The City of Surabaya*

The presence of mobile phones has changed the human way of life. Remote communication is no longer a difficult thing to do. Mobile phone operators began to emerge. As the era grew, telecommunication business competition increasingly rapidly. Telkomsel is telecommunication company in Indonesia that has been established since 1993 and has become the largest mobile phone operator in Indonesia with more than 140 million customers.

This research explains what factors make up the brand image of Telkomsel mobile phone operator in the city of Surabaya. This type of research is a descriptive study with a quantitative approach, with the analytical techniques used is exploratory factor analysis. This research specifically examines three latent variables with 18 manifest variabels. The population of this research is Telkomsel active users in the city of Surabaya. The sampling techniques used are purposive sampling techniques and sampling quota.

The results of this research showed that there are four factors that make up the brand image of Telkomsel mobile phone operator in the city of Surabaya namely brand personality, consumer benefit, quality perception and product attribute.

Keyword: *Factor Analysis, Brand Image, Telkomsel*