

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDIHOME DI
KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

WILHEMUS DIONYSIUS MARIO RANDY BENGE

17042010006

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDIHOME DI
KOTA SURABAYA

Disusun Oleh:

WILHEMUS DIONYSIUS MARIO RANDY BENGE

NPM. 17042010006

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan

Menyetujui

PEMBIMBING



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si.

NIP. 1961122419890310078

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



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

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDIHOME DI
KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :


WILHEMUS DIONYSIUS MARIO RANDY BENGE
NPM. 17042010006

Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 29 November 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 1961122419890310078

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196406291990032001

2. Sekretaris


Ir. Lisa Sulistyawati
NIP. 1958022319870320001

3. Anggota


Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si
NIP. 1961122419890310078

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur


Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDIHOME DI KOTA SURABAYA

Wilhemus Dionysius Mario Randy Benge

Memasuki era revolusi industri 4.0, kehidupan manusia tidak akan pernah lepas dengan adanya teknologi. Saat ini jaringan internet telah menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Hal tersebut secara tidak langsung membuka peluang bisnis bagi perusahaan penyedia jaringan internet khususnya di Indonesia. Indihome sebagai salah perusahaan tersebut, dituntut untuk memberikan dan mempertahankan kualitas pelayanan terbaik mereka sehingga dapat memberikan Citra Merek yang positif pada masyarakat. Hal tersebut pada akhirnya akan menumbuhkan loyalitas pelanggan yang akan membantu Indihome dalam upaya mempertahankan pangsa pasar mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah kualitas pelayanan dan Citra Merek memiliki pengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Kota Surabaya. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 responden yang ditentukan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan Citra Merek secara simultan dan secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Merek , Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY OF INDIHOME PRODUCTS IN THE CITY OF SURABAYA

Wilhemus Dionysius Mario Randy Benge

Entering the era of the industrial revolution 4.0, human life will never be separated from the existence of technology. Currently the internet network has become a primary need for humans. This indirectly opens up business opportunities for internet network provider companies, especially in Indonesia. Indihome as one of these companies, is required to provide and maintain their best service quality so that they can provide a positive brand image to the public. This will ultimately foster customer loyalty which will help Indihome in an effort to maintain their market share.

This study aims to examine whether service quality and brand image have a simultaneous and partial influence on Indihome customer loyalty in the city of Surabaya. The number of samples used were 120 respondents who were determined using the Purposive Sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that service quality and brand image simultaneously and partially have a positive effect on customer loyalty

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat, taufik serta hidayah-Nya yang sangat besar sehingga penulis pada akhirnya bisa menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome Di Kota Surabaya”**

Sekalipun penulis harus mengalami berbagai kesulitan, tetapi syukurlah bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan laporan ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Selesainya kegiatan hingga penyusunan laporan ini tidak lepas dari Bapak Rusdi Hidayat N., M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk penulis. Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan laporan praktik magang ini, diantaranya:

1. Bapak Dr.Drs.Ec.Gendut Sukarno,MS,CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak Rusdi Hidayat N., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing selama masa penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua dan saudara yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada Prima, Andi, dan semua teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Segala saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan laporan ini.

Surabaya, 20 Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pemasaran.....	9
2.2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.2.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.2.4 Jasa	13
2.3 Kualitas Pelayanan	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13

2.3.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.3	Karakteristik Pelayanan Jasa	16
2.3.4	Indikator Pelayanan Jasa	17
2.4	Citra Merek	18
2.4.1	Pengertian Citra Merek	18
2.4.2	Faktor – Faktor Citra Merek	19
2.4.3	Indikator Citra Merek	19
2.4.4	Manfaat Citra Merek	20
2.5	Loyalitas Pelanggan	21
2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
2.5.2	Tahapan Loyalitas Pelanggan.....	22
2.5.3	Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	23
2.5.4	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	25
2.5.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	25
2.5.6	Menjaga Loyalitas Pelanggan	26
2.6	Kerangka Berpikir	27
2.7	Hipotesis	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	30
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2.1	Definisi Operasional	31
3.2.2	Pengukuran Variabel	33
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	34
3.3.1	Populasi	34
3.3.2	Sampel	34

3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1	Sumber Data	36
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	37
3.5.1	Uji Validitas	37
3.5.2	Uji Reliabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	39
3.6.2	Uji Normalitas	39
3.6.3	Uji Multikolinieritas	40
3.6.4	Uji Heteroskedastisitas	40
3.6.5	Uji Autokorelasi	41
3.6.6	Analisis Regresi Linear Berganda	42
3.6.7	Uji Hipotesis	42
3.6.7.1	Uji F (Simultan)	42
3.6.7.2	Uji t (Parsial)	44
3.7	Jadwal Penelitian	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Berdirinya Perusahaan	47
4.1.2	Logo Perusahaan	50
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan	50
4.1.3.1	Visi Perusahaan	50

4.1.3.2 Misi Perusahaan	50
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	51
4.2.1 Data Karakteristik Responden	51
4.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	56
4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
4.3.2 Variabel Citra Merek	61
4.3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan	63
4.4 Uji Instrumen Penelitian	64
4.4.1 Uji Validitas	64
4.4.2 Uji Reliabilitas	66
4.5 Model Analisis Data	67
4.5.1 Uji Asumsi Klasik.....	67
4.6 Uji Hipotesis.....	73
4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.6.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	75
4.6.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	77
4.7 Pembahasan.....	79
4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome.....	80
4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap LoyalitasPelanggan Indihome di Kota Surabaya	81

4.7.3 Pengaruh Citra Merek Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome di Kota Surabaya	82
---	-----------

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	33
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	45
Tabel 4.1 Usia Responden	51
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.5 Tingkat Pendapatan Responden	55
Tabel 4.6 Lama Penggunaan Layanan Indihome Responden	56
Tabel 4.7 Kriteria Interpretasi Rata – Rata Skor Jawaban	57
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2	61
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	63
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	64
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Variabel Citra Merek (X2)	65
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	66
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Realibilitas	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi	73
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.20 Hasil Uji F	75
Tabel 4.21 Hasil Uji t	77
Tabel 4.22 Hasil Uji R Square	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet Negara Indonesia	1
Gambar 1.2 Tabel Top Brand Kategori <i>Provider</i> ISP	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	50
Gambar 4.2 Diagram Pancar Kenormalan Residu	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Gambar 4.4 Kurva Uji F	76
Gambar 4.5 Kurva Uji T (X1)	78
Gambar 4.6 Kurva Uji T (X2)	78