

**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM UNIT CEPU**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**ANINDA RACHMAWATI**

**1642010112**

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

**2020**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP**  
**LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PT. TELKOM UNIT CEPU**

Disusun oleh :

**ANINDA RACHMAWATI**

**NPM. 1642010112**

Telah disetujui mengikuti ujian skripsi

Menyetujui

**PEMBIMBING**



**Dra. Hj. SUPARWATI M.SI**

**NIP.195507181983022001**

Mengetahui,

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. EC GENDUT SUKARNO MS, CHRA**

**NIP. 195907011987031001**



LEMBAR PENGESAHAN  
PENGARUH CITRA MERK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDIHOME PADA PT TELKOM  
UNIT CEPU

Aninda Rachmawati  
NPM. 164200112

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 11 Juli 2020

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Hj. Suparwati, M.Si  
NIP. 195507181983022001

TIM PENGUJI

1. Ketua




Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris




Dra. Hj. Suparwati, M. Si  
NIP. 195507181983022001

3. Anggota



Nurul Azizah, S.AB, M.AB  
NPK. 17219910501002

Mengetahui,  
DEKAN FISIP  
UPN "Veteran" Jawa Timur



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

## ABSTRAK

### **ANINDA RACHMAWATI, 1642010112, Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Unit Cepu.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh *Citra Merk* dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome (2) Pengaruh *Citra Merk* secara parsial terhadap Kualitas Produk Produk Indihome (3) Pengaruh Kualitas Produk secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome. Metode penelitian yang digunakan berupa pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan pengolahan datanya menggunakan program *SPSS 25 for windows*. Metode penarikan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelanggan PT. Telkom Unit Cepu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan : (1) Secara simultan menunjukkan bahwa variabel bebas *Citra Merk* dan Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Loyalitas Pelanggan Produk Indihome , dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  yaitu  $25,713 \geq 3,09$  pada tingkat signifikansi 0,00 ( $0,00 < 0,05$ ) (2) Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *Citra Merk* memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome , dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  yaitu  $4,021 \geq 1,984$  pada tingkat signifikansi 0,00 ( $0,00 < 0,05$ ) ( $0,00 < 0,05$ ) (3) Secara parsial variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Indihome , dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  yaitu  $3.237 \geq 1,984$  pada tingkat signifikansi 0,02 ( $0,02 < 0,05$ ).

**Kata kunci : *Citra Merk*, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan**

## ABSTRACT

### **ANINDA RACHMAWATI, 1642010112, The Effect of Brand Image and Product Quality on Customer Loyalty Indihome at PT Telkom Unit Cepu.**

This study aims to determine: (1) Effect of Brand Image and Product Quality simultaneously on Indihome Product Customer Loyalty (2) Effect of Brand Image partially on Product Quality of Indihome Products (3) Effect of Partial Product Quality on Customer Loyalty of Indihome Products. The research method used is a quantitative approach with data collection carried out through questionnaires and data processing using the SPSS 25 for windows program. The sampling method used is non probability side by purposive sampling technique. The total sample of 100 respondents who are customer PT Telkom Unit Cepu, Indihome users. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study conclude: (1) Simultaneously shows that the independent variable Brand Image and Brand Confidence have a significant influence on the dependent variable Customer Loyalty of Indihome products, as evidenced by the value of  $F_{count} \geq F_{table}$  is  $25.713 \geq 3.09$  at the significance level of 0.00 ( $0.00 < 0.05$ ) (2) Partially shows that the Brand Image variable has a significant influence on Customer Loyalty of Indihome products, as evidenced by the value of  $t_{count} \geq t_{table}$  that is  $4.021 \geq 1.984$  at the significance level of 0.00 ( $0.00 < 0.05$ ) ( $0.00 < 0.05$ ) (3) Partially the Brand Trust variable has a significant influence on the Brand Image of Indihome products, as evidenced by the  $t_{count} \geq t_{table}$  that is  $3,237 \geq 1,984$  at the significance level of 0.02 ( $0,02 < 0.05$ ).

**Keywords: Brand Image, Product Quality, Customer Loyalty**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Citra Merk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telkom Unit Cepu”***.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Dr. Nurhadi, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini juga penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi 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 Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh jajaran dosen dan staff program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

yang telah memberi banyak ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

4. Kedua Orang Tua penulis yang banyak membantu baik secara moril maupun materil.
5. Teman – teman satu angkatan Administrasi Bisnis 2016 khususnya Rizka, Monika dan Wiwik yang selalu memberikan dukungan dan bantuan.
6. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu – persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran serta masukan yang membangun dari semua pihak. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Surabaya, April 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
1.1 Penelitian Terdahulu .....	8
1.2 Landasan Teori .....	9
1.2.1 Pemasaran .....	9
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	9
2.2.1.2 Konsep Pemasaran .....	12
2.2.2 Produk .....	14



2.2.2.1	Pengertian Produk .....	14
2.2.2.2	Jenis Produk .....	15
2.2.3	Citra Merk .....	18
2.2.3.1	Pengertian Citra Merk .....	18
2.2.3.2	Faktor- faktor yang mempengaruhi citra merk .....	19
2.2.3.3	Manfaat Citra Merk .....	21
2.2.3.4	Fungsi Citra Merk .....	22
2.2.4	Kualitas Produk .....	24
2.2.4.1	Pengertian Kualitas Produk .....	24
2.2.4.2	Dimensi Kualitas Produk .....	25
2.2.5	Loyalitas Pelanggan .....	28
2.2.5.1	Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	28
2.2.5.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	29
2.2.5.3	Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	30
2.3	Kerangka Berfikir .....	31
2.4	Hipotesis .....	33
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	34
3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel .....	34
3.2.1	Operasional Variabel .....	34
3.2.2	Pengukuran Variabel .....	35
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	36

3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.4.1	Jenis Data	38
3.4.2	Sumber Data	39
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	39
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.5.1	Uji Validitas	39
3.5.2	Uji Realibilitas	40
3.6	Asumsi Klasik	41
3.7	Analisis Linier Berganda	44
3.8	Uji Hipotesis	45
3.8.1	Uji Simultan (Uji F)	45
3.8.2	Uji Parsial (Uji t)	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>		<b>48</b>
4.1	Gambaran umum objek Penelitian	48
4.1.1	Sejarah singkat perusahaan	48
4.2.2	Visi dan Misi Perusahaan	50
4.3.3	Logo	51
4.2	Penyajian Data	52
4.2.1	Analisis Deskriptif	53

4.3 Hasil Penelitian	60
4.3.1 Uji Validitas	60
4.3.2 Uji Realibilitas	62
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	63
4.3.3.1 Uji Normalitas	63
4.3.3.2 Uji Multikorelasi	64
4.3.3.3 Uji Autokorelasi	65
4.3.4.4 Uji Heteroskedastisitas	66
4.4 Metode Analisis data	67
4.4.1 Analisis Regresi Linier Ganda	67
4.4.2 Koefisien Determinasi	69
4.4.3 Pengujian secara simultan(uji F)	70
4.4.4 Pengujian secara parsial (uji t)	72
4.5 Pembahasan	76
4.5.1 Pengaruh secara simultan citra merk(XI) dan kualitas produk (X2) Terhadap loyalitas (Y) Produk Indihome	76
4.5.2 Pengaruh secara parsial citra merk(XI) terhadap Loyalitas Pelanggan(Y) Produk Indihome	77
4.5.3 Pengaruh secara parsial kualitas produk(X2) Terhadap Loyalitas pelangan (Y) Produk Indihome	78
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>82</b>
5.1Kesimpulan	82

5.2Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>85</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>
Lampiran 1 .....	87
Lampiran 2 .....	91
Lampiran 3 .....	98
Lampiran 4 .....	101

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Indihome PT Telkom Unit Cepu 2018 .....	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan .....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Citra Merk (X1) .....	54
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2) .....	57
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokolerasi Model .....	66
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	72
Tabel 4.16 Perbandingan Hasil Penelitian .....	80



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	32
Gambar 3.1 Skala Likert .....	36
Gambar 3.2 Kurva Uji F .....	46
Gambar 3.3 Kurva Uji T .....	47
Gambar 4.1 Logo PT Telkom Indonesia .....	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	63
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
Gambar 4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F .....	71
Gambar 4.5 Kurva Distribusi t Variabel Citra Merk .....	73
Gambar 4.6 Kurva Distribusi t Variabel Kualitas Produk .....	75