

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP  
BRAND EQUITY MELALUI BRAND LOYALTY  
(Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya)**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Sinta Kurnia Illahi**

**NPM. 18042010109**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP**  
**BRAND EQUITY MELALUI BRAND LOYALTY**  
**(Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya)**

Disusun Oleh:

**Sinta Kurnia Illahi**  
**NPM. 18042010109**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,  
**PEMBIMBING**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP.196503261993092001**

Mengetahui,  
**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. E. G. Gandul Siskarno, M.S,CHRA**  
**NIP. 195901011987031001**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP  
BRAND EQUITY MELALUI BRAND LOYALTY**

**(Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya)**

**Disusun Oleh:**

**Sinta Kurnia Illahi**

**18042010109**

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

**Pada Tanggal 22 April 2022**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP.196503261993092001**

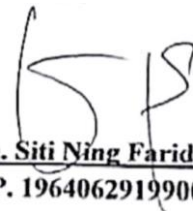
**TIM PENGUJI**

**1. Ketua**



**Dr. Jojok D, S.Sos, M.Si**  
**NIP. 370119500421**

**2. Sekretaris**



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

**3. Anggota**



**Dra. Sonja Andarini, M.Si**  
**NIP.196503261993092001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. E. G. Gendut Siskarno, M.S, CHRA**  
**NIP. 195967011987031001**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel).

Dengan tersusunnya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis. Disamping itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS. CHRA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Siti Ning Farida, M.Si, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan “Veteran” Jawa Timur.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Kedua orangtua tersayang, atas dukungan, doa, semangat, nasihat dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis
5. Teman-teman yang turut membanu dan selalu mengingatkan untuk terus berjuang, bersabar, dan belajar
6. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penyusunan proposal skripsi

Semoga Allah SWT memberikan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini. Penulis menyadari bahwa penulisan proposal ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Maret 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK .....	xi
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Latar Belakang Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah .....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN PUSTAKA .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu .....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pemasaran .....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Brand (Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Brand image (Citra merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Brand awareness (Kesadaran Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Brand Loyalty (Loyalitas Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.6 Brand Equity (Ekuitas Merek).....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Equity .....	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity .	Error! Bookmark not defined.

2.3.5 Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Brand Equity .....	Error! Bookmark not defined.
2.3.6 Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
2.3.7 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Hipotesis Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB III</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Jenis Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1. Lokasi Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Waktu Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi .....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Variabel Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel ....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Definisi Operasional Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Pengukuran Variabel .....	Error! Bookmark not defined.
3.6 Sumber Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.3 Analisis Partial Least Square (PLS) .....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4 Uji Hipotesis .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Logo Perusahaan .....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Penyajian Data .....	Error! Bookmark not defined.

4.2.1	Deskriptif Karakteristik Responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2.	Deskriptif Variabel Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Hasil Analisis Partial Least Square (PLS) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Evaluasi Model Struktural (Inner Model) .....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Path Analisis .....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Equity ..	Error! Bookmark not defined.
4.5.4	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity..	Error! Bookmark not defined.
4.5.5.	Pengaruh Brand Loyalty Terhadap Brand Equity .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.6	Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.7	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Brand Equity Melalui Brand Loyalty .....	Error! Bookmark not defined.
4.6	Keterbatasan Penelitian .....	Error! Bookmark not defined.
4.7	Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu ...	Error! Bookmark not defined.
BAB V .....		Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran .....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		Error! Bookmark not defined.



## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Data pelanggan operator seluler Indonesia tahun 2020 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Operator seluler untuk berinternet melalui ponsel 2020 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Pengalaman Kecepatan Pengunduhan Operator Seluler 2020 .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 4 Pengguna Kartu Telephone Seluler di Indonesia Tahun 2017-2020  
..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 1 Piramida Kesadaran Merek (Brand Awareness) .... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Dimensi Brand Equity ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 1 Diagram Jalur (Path Diagram) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 2 Diagram Jalur Substruktur Pertama .. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 3 Diagram jalur X1 terhadap z ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 4 Diagram jalur X2 terhadap z ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 5 Diagram Jalur Substruktur kedua ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 6 Diagram jalur X1 terhadap y ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 7 Diagram jalur X2 terhadap y ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 8 Diagram jalur z terhadap y ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 9 Diagram jalur X1 terhadap y melalui z ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 3. 10 Diagram jalur X2 terhadap y melalui z ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 1 Logo Telkomsel..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4. 2 Path Coefficient..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....**Error! Bookmark not defined.**  
Tabel 3. 2 Skala Likert .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal .**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin...**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan . **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan atau uang saku **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan jenis provider ..**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan waktu menggunakan telkomsel .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8 Karakteristik responden berdasarkan pembelian perbulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Hasil jawaban responden dari variabel brand image (X1).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 10 Hasil jawaban responden dari variabel brand awareness (X2) ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 11 Hasil jawaban responden dari variabel brand loyalty (z).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Hasil jawaban responden dari variabel brand equity (y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 13 Outer Loading .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 14 Average Variance Extracted (AVE) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 15 Cross Loading .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 16 Composite reliability.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 17 Cronbach's Alpha .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 18 R-square .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 19 Hasil Effect Size ( $f^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 20 T-Statistic Direct Effect.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 21 T-Statistic Indirect Effect.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 22 Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 23 Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuesioner.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden (Jenis kelamin, usia, wilayah, pekerjaan, pendapatan, jenis provider, lama penggunaan, pembelian dalam satu bulan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 4 Outer Loading.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 5 Nilai Cronbach's Alpha, composite reliability, dan AVE .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

Lampiran 6 Cross Loading.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 7 R-Square.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 8 Effect Size .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9 Path Coefficient .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10 Inderect Effect .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11 Uji Plagiasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **ABSTRAK**

### **SINTA KURNIA ILLAHI, PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND EQUITY MELALUI BRAND LOYALTY (Studi Kasus Pada Pengguna Provider Telkomsel di Surabaya)**

Tingginya kebutuhan internet merupakan sebuah tantangan bagi penyelenggara jaringan atau perusahaan operator seluluer. Agar perusahaan dapat

bertahan, perusahaan berupaya untuk menanamkan keberadaan brand kepada pelanggan. Salah satu operator seluler penyedia jaringan internet terbaik dengan market share tertinggi yaitu Telkomsel. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh brand image dan brand awareness terhadap brand equity melalui brand loyalty pada pengguna provider Telkomsel di Surabaya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan purposive sampling yang didasarkan dengan kriteria-kriteria tertentu agar sampel yang digunakan sejalan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online. Analisa data menggunakan metode Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand loyalty pengguna provider Telkomsel di Surabaya, (2) Brand awareness berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand loyalty pengguna provider Telkomsel di Surabaya, (3) Brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand equity pengguna provider Telkomsel di Surabaya, (4) Brand awareness berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand equity pengguna provider Telkomsel di Surabaya, (5) Brand loyalty berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand equity pengguna provider Telkomsel di Surabaya, (6) Secara tidak langsung brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand equity provider Telkomsel di Surabaya, (7) Secara tidak langsung brand awareness berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap brand equity provider Telkomsel di Surabaya

