

PENGARUH KUALITAS JASA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME

Oleh :

Nama : Andre Surya Jaya

NIM : 28130352

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen

Konsentrasi *Marketing*



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

AGUSTUS 2017

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS JASA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME

Diajukan Oleh

Nama : Andre Surya Jaya

NIM : 28130352

Jakarta, 21 Agustus 2017

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Agus Salim S.E., MBA., MM.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2017

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Andrea Surya Jaya / 28130352 / 2017 / Pengaruh Kualitas Jasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome / Pembimbing Agus Salim S.E., MBA., MM.

Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor penting yang dapat dilihat sebagai penentu majunya suatu negara. Salah satu teknologi yang berkembang pesat dalam satu dekade terakhir adalah Internet. Pengguna Internet di Indonesia di tahun 2016 telah mencapai 132,7 juta orang berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia. Salah satu penyedia layanan Internet dan TV Interaktif adalah IndiHome. IndiHome merupakan salah satu layanan dari Telkom Group. IndiHome pernah diprotes konsumen karena penerapan kebijakan *fair usage policy* (FUP) dan adanya gangguan yaitu koneksi yang lambat dan beberapa pengguna yang tidak dapat terhubung ke Internet. Adanya persaingan dari merek-merek lain yaitu MNC Play Media, Biznet, dan MyRepublic yang menawarkan kecepatan *download & upload* yang lebih besar membuat IndiHome harus mengembangkan landasan merek yang kuat agar tetap dapat bersaing.

Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dan dimensi-dimensi dari kualitas jasa, citra merek, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga didukung jurnal dan penelitian terdahulu.

Objek dari penelitian ini adalah layanan dari Telkom Group yaitu IndiHome. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data dan pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Prosedur yang digunakan untuk pengolahan data menggunakan SPSS 23.0

Hasil penelitian ini adalah Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kesimpulan penelitian ini adalah pelanggan IndiHome merasa tidak puas atas Kualitas Jasa dan Citra Merek yang diberikan oleh IndiHome. IndiHome sebaiknya memperbaiki dan mengevaluasi kualitas jasa dan citra merek.



ABSTRACT

Andre Surya Jaya / 28130352 / 2017 / *The Influence of Service Quality and Brand Image on IndiHome's Customer Satisfaction* / Advisor Agus Salim S.E., MBA., MM.

Technology advancement is one of the most important factor that can be seen as a determinant of a nation's development. One of the fastest growing technologies in the last decade is the Internet. Internet users in Indonesia in 2016 has reached 132.7 million people based on a survey conducted by the Indonesia's Association of Internet Network Providers. One of the Internet service and Interactive TV provider is IndiHome. IndiHome is one of Telkom Group's services. IndiHome was protested by consumers for applying fair policy usage (FUP) and the interruption of slow connections and some users who could not connect to the Internet. Competition from other brands such as MNC Play Media, Biznet, and MyRepublic that offers better download & upload speed forced IndiHome to develop a strong brand foundation in order to remain competitive.

The theory used in this research are the definition and dimensions of service quality, brand image, and customer satisfaction. This study is supported by previous journals and research.

The object of this research is service from Telkom Group that is IndiHome. This research used questionnaire for data collection and sampling using non probability sampling with judgment sampling technique. The procedures used for data processing used SPSS 23.0

The results of this research are service quality affects customer satisfaction positively and significantly and brand image affects customer satisfaction positively and significantly.

This research's conclusion is IndiHome customers are not satisfied with the service quality and brand image provided by IndiHome. IndiHome should improve and evaluate their services quality and brand image.

1. Dilarang mengutip, sebarkan, atau menyalin karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas semua berkat yang telah diberikanNya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan benar. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Jakarta.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusinya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti selama proses penelitian, penulisan, dan penyusunan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada::

1. Bapak Agus Salim S.E., MBA., MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyisihkan waktunya dalam memberikan pengarahan, bimbingan, dan saran yang sangat berharga, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan.
3. Seluruh staf perpustakaan, BAAK atas pelayanannya.
4. Orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, semangat, serta doa kepada penulis selama masa kuliah di IBII maupun dalam penulisan skripsi.
5. Sahabat-sahabat peneliti yang selalu memberikan dukungan, kebersamaan dan keceriaan baik selama kuliah maupun proses pengerjaan skripsi ini : Alvin, Andre, Brian, Hoky, Timo, Marwin, David, Nadya, dan Marcellia
6. Seluruh pelanggan IndiHome yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.



7. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan, namun peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pihak yang membacanya.

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ha Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Jakarta, Agustus 2017

Andre Surya Jaya

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	7
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II. LANDASAN TEORI	9
A. Landasan Teoritis	9
1. Jasa	9
a. Pengertian Jasa	9
b. Karakteristik Jasa	10
2. Kualitas Jasa	12
a. Pengertian Kualitas Jasa	12





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBIKKG.

b. Dimensi Kualitas Jasa.....	12
c. Model Kualitas Layanan.....	13
3. Citra Merek	14
a. Pengertian Citra Merek.....	14
b. Dimensi Citra Merek	15
4. Kepuasan Pelanggan	16
a. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	16
b. Dimensi untuk mengukur kepuasan pelanggan	16
B. Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	19
D. Hipotesis Penelitian	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Obyek Penelitian.....	22
B. Desain Penelitian	22
1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset.....	22
2. Metode Pengumpulan Data	22
3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti	23
4. Tujuan Penelitian	23
5. Dimensi Waktu	23
6. Cakupan Topik.....	23
7. Lingkungan Penelitian	24
8. Persepsi Subyek	24
C. Variabel Penelitian.....	24



1. Kualitas Jasa	24
C 2. Citra Merek.....	26
3. Kepuasan Pelanggan.....	27
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Teknik Pengambilan Sampel	28
F. Teknik Analisis Data.....	29
1. Uji Validitas	29
2. Uji Reliabilitas	30
3. Analisis Deskriptif	31
a. Rata-Rata Hitung	31
b. Analisis Persentase	32
c. Rata-Rata Tertimbang.....	32
d. Rentang Skala.....	33
4. Uji Asumsi Klasik.....	34
a. Uji Normalitas Residual.....	34
b. Uji Multikolonieritas	34
c. Uji Heteroskeditas.....	35
d. Uji Autokorelasi	35
5. Analisis Regresi Berganda	36
a. Koefisien Determinasi (R^2).....	37
b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	37
c. Uji Keberatan Model (Uji F)	38
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Perusahaan	39
B. Analisis Deskriptif	41

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Analisis Profil Responden.....	41
a. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
b. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
c. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reliabilitas.....	45
3. Analisis Variabel Penelitian.....	46
a. Variabel Kualitas Jasa.....	46
b. Variabel Citra Merek.....	48
c. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	49
4. Pengujian Asumsi Klasik.....	51
a. Uji Normalitas.....	51
b. Uji Multikolonieritas.....	52
c. Uji Heteroskedastisitas.....	53
d. Uji Autokorelasi.....	54
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
a. Uji Keberatan Model (Uji F).....	55
b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t).....	56
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	58
C. Hasil Penelitian.....	59
1. Variabel Kualitas Jasa.....	59
2. Variabel Citra Merek.....	59
3. Variabel Kepuasan Pelanggan.....	59
4. Pengaruh Kualitas Jasa dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. Pembahasan60

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN63

A. Kesimpulan63

B. Saran63

DAFTAR PUSTAKA65

LAMPIRAN67

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Tidak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Kualitas Jasa	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Citra Merek	26
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	27
Tabel 3.4 Skala Likert	28
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.4 Uji Validitas Kualitas Jasa	43
Tabel 4.5 Uji Validitas Citra Merek	44
Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	44
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kualitas Jasa	45
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Citra Merek	45
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4.10 Skor rata-rata Kualitas Jasa	46
Tabel 4.11 Skor rata-rata Citra Merek	48
Tabel 4.12 Skor rata-rata Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Keberartian model (Uji F)	55

1. Hak cipta milik IBKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.18 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t) 57

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 58

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Kualitas Layanan	13
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1	Logo Speedy	39
Gambar 4.2	Logo IndiHome	40

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang menyutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.