

**PENGARUH *BRAND EQUITY, PRICE, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGUNAAN KARTU TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

Acc siap diuji  
6 Juli 2022

  
Lina Noersanti

**SKRIPSI**  
**NEGU KURNIAWAN**  
**21180000477**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGUNAAN KARTU TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

**SKRIPSI**

**NEGU KURNIAWAN**

**21180000477**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA JAKARTA**

**2022**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND EQUITY, PRICE, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGUNAAN KARTU TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta , 30 Juni 2022



**NEGU KURNIAWAN**

NPM : 21180000477

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH *BRAND EQUITY, PRICE, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGUNAAN KARTU TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

Di buat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan ibu LINA NOERSANTI,S.SI.,M.SI dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 30 Juni 2022

Pembimbing,



Lina Noersanti,S.Si.,M.Si

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya,BBA.,M.Sc





## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *BRAND EQUITY, PRICE, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGUNAAN KARTU TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 2022 dengan nilai (A)

**Panitia Ujian Skripsi**

1.  ..... ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; Lina Noersanti, S.Si., M.Si  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Doddi Prastuti, SE, MBA  
(Anggota Penguji 1)
4.  ..... ; Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM  
(Anggota Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi/Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

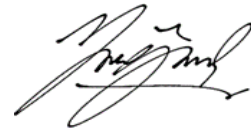
Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Doddi Prastuti, SE, MBA dan Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si., MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Akuntansi/Manajemen.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang diberikan serta bimbingannya selama melaksanakan studi.
6. Almarhum Bapak Abadi Sebayang dan Ibu Cut Meutia Rizza selaku orang tua peneliti yang tiada henti memberikan doa, semangat, kasih sayang dan sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terani Deba, Rio Khastaneda selaku kakak dan Donny Sebayang selaku adik peneliti yang telah memberikan dukungan materil, support dan doa untuk peneliti.
8. Annida Syadiahro selaku sahabat yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Teman-teman Sekolah Tinggi Ilmu Indonesia jurusan Akuntansi Maupun Manajemen dari jurusan 2018-2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya mengucapkan terima kasih sudah

membantu saya dalam mengisi kuesioner sehingga saya bisa melanjutkan penelitian dari hasil penyebaran kuesioner, sehingga penelitian yang saya susun berjalan dengan baik.

10. Terakhir, saya juga mengucapkan banyak terima kasih kepada diri saya sendiri atas kerja kerasnya, waktunya, dan semangatnya dalam penyusunan skripsi ini dalam kondisi apapun, sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.



**NEGU KURNIAWAN**  
NIM : 21180000477

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Negu Kurniawan  
NPM : 21180000477  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non- exclusive Royalty- Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH *BRAND EQUITY, PRICE, DAN SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNAAN KARTU  
TELKOMSEL  
( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA JAKARTA )**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusive ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan



Negu Kurniawan



Negu Kurniawan  
NPM : 21180000477  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Lina Noersanti,S.Si.,M.Si

**PENGARUH *BRAND EQUITY*, *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNAAN KARTU  
TELKOMSEL ( STUDI KASUS MAHASISWA STIE INDONESIA  
JAKARTA )**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Equity*, *Price*, Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Penggunaan Kartu Telkomsel ( Studi Kasus Mahasiswa STIE INDONESIA ).

Strategi dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah laki-laki dan perempuan yang masih menjadi mahasiswa Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Rawamangun Jakarta Timur, mulai dari angkatan 2018 hingga 2021 yang menggunakan provider kartu Telkomsel. Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS) dengan program SmartPLS versi 3.2.9 dan dievaluasi dengan outer model dan inner model.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) *Brand Equity* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Loyalty* kartu Telkomsel. (2) Untuk menciptakan Loyalitas Pelanggan yang baik pada konsumen diperlukan strategi yang tepat. contohnya strategi harga yang ditetapkan oleh Telkomsel dirasa perlu untuk mengkaji ulang mengenai strategi harga yang ditetapkan agar lebih terjangkau lagi. (3) *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* kartu Telkomsel.

**Kata kunci : Ekuitas Merek, Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan**

Negu Kurniawan  
NPM : 21180000477  
Majoring Study S-1 Management

Advisor :  
Lina Noersanti,S.Si.,M.Si

***THE EFFECT OF BRAND EQUITY, PRICE, AND SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER LOYALTY ON THE USE OF TELKOMSEL CARD (CASE  
STUDY OF STIE INDONESIA JAKARTA )***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of Brand Equity, Price, and Service Quality on Customer Loyalty on the Use of Telkomsel Cards (Student Case Study STIE INDONESIA).*

*The strategy in this research is associative research with a quantitative approach as a research method. The population in this study are men and women who are still students of the Rawamangun Indonesian High School of Economics, East Jakarta, from the 2018 to 2021 batches who use the Telkomsel card provider. This study uses primary data by distributing questionnaires. The sample in this study were 100 respondents. The analytical method used in this study is Partial Least Squares (PLS) with the SmartPLS version 3.2.9 program and evaluated with the outer model and inner model.*

*The results of this study conclude that (1) Brand Equity has a significant positive effect on Customer Loyalty of Telkomsel cards. (2) To create good Customer Loyalty to consumers, the right strategy is needed. For example, the Price strategy set by Telkomsel is deemed necessary to review the pricing strategy set to make it more affordable. (3) Service Quality has no significant effect on Customer Loyalty of Telkomsel card.*

***Keywords : Brand Equity, Price, Service Quality, Customer Loyalty***

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR. ....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan masalah.....	9
1.3 Tujuan penelitian .....	9
1.4 Manfaat penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pengertian pemasaran .....	11
2.1.2 Ekuitas Merek.....	12
2.1.3 Indikator ekuitas merek .....	13

2.1.4 Harga.....	13
2.1.5 Indikator Harga .....	15
2.1.6 Kualitas pelayanan.....	16
2.1.7 Indikator kualitas pelayanan .....	18
2.1.8 Loyalitas pelanggan .....	19
2.1.9 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	21
2.2 Review Hasil hasil penelitian terdahulu .....	23
2.3 Keterkaitan antar variabel .....	27
2.3.1 Pengaruh ekuitas merek terhadap loyalitas pelanggan .....	27
2.3.2 Pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.....	27
2.3.3 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.....	27
2.3.4 Pengaruh ekuitas merek, harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan .....	27
2.3.5 Pengembangan hipotesis.....	28
2.4 Kerangka konseptual .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Strategi penelitian .....	30
3.2 Populasi dan sampel .....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel penelitian.....	31
3.3 Data dan metode pengumpulan data.....	32
3.3.1 Jenis Data.....	32
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4 Oprasionalisasi Variabel.....	33
3.4.1 Definisi Oprasionalisasi Variabel .....	33
3.5 Metode Analisis Data.....	36

3.5.1 Metode Analisis Data.....	37
3.6 Alasan Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	37
3.6.1 Analisa Statistik Data .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran umum kartu Telkomsel .....	41
4.1.2 Jenis Kartu Telkomsel .....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden.....	43
4.3 Analisis Data Hasil Penelitian .....	45
4.3.1 Measurement Model (Outer Model) .....	46
4.3.2 Analisis Inner Model .....	49
4.3.3 Uji t .....	50
4.4 Kerangka Konseptual Dengan Hasil .....	52
4.5 Pembahasan .....	52
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Equity</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	52
4.5.2 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	53
4.5.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	53
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>54</b>
5.1 Simpulan.....	54
5.2 Saran.....	54
DAFTAR REFERENSI .....	56
DAFTAR LAMPIRAN.....	58
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	80

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b>	Grafik kartu provider untuk pengguna kartu terbanyak 2016 .....	5
<b>Tabel 1. 2</b>	Daftar harga paket internet Telkomsel ,XL , Indosat tahun 2021 .....	6
<b>Tabel 1. 3</b>	Kartu prabayar terbaik pilihan pelanggan tahun 2018-2022. ....	7
<b>Tabel 3. 1</b>	Jawaban Responden.....	32
<b>Tabel 3. 2</b>	Operasional Variabel Ekuitas Merek.....	33
<b>Tabel 3. 3</b>	Operasional variabel harga .....	34
<b>Tabel 3. 4</b>	Operasional Variabel Kualitas Layanan .....	34
<b>Tabel 4. 1</b>	Jenis Kelamin Responden.....	43
<b>Tabel 4. 2</b>	Jurusan Reponden.....	44
<b>Tabel 4. 3</b>	Angkatan Responden.....	44
<b>Tabel 4. 4</b>	Loading Factor.....	46
<b>Tabel 4. 5</b>	Cross Loading Discriminant Validity .....	47
<b>Tabel 4. 6</b>	Construct Reliability and Validity .....	48
<b>Tabel 4. 7</b>	Hasil Output Model Fit Indices .....	49
<b>Tabel 4. 8</b>	R-Square Coefficient .....	49
<b>Tabel 4. 9</b>	Direct Effect Terhadap <i>Customer Loyalty</i> (Y) .....	51

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> - Produk Telkomsel.....	3
<b>Gambar 2.1</b> - Kerangka Konseptual .....	29
<b>Gambar 4. 1</b> - Hasil Pengolahan Data .....	45
<b>Gambar 4. 2</b> - Hasil Bootstraping .....	50
<b>Gambar 4. 3</b> - Kerangka konseptual dengan hasil .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b>	Kuesioner Penelitian .....	58
<b>Lampiran 2.</b>	Tabulasi Jawaban Responden.....	62
<b>Lampiran 3.</b>	Jawaban Responden.....	64
<b>Lampiran 4.</b>	Hasil Uji <i>Outer Loading</i> .....	76
<b>Lampiran 5.</b>	<i>Cross Loading</i> .....	77
<b>Lampiran 6.</b>	<i>Composite Reability</i> .....	78
<b>Lampiran 7.</b>	Surat Riset .....	79
<b>Lampiran 8.</b>	Daftar Riwayat Hidup .....	80



