

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PROVIDER INDOSAT
OOREDOO DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

ARYA BAYU MACHMUD

NIM : 20171221104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2021

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Arya Bayu Machmud

NIM : 20171221104

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian ataupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima saksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 29 november 2021

Yang membuat pernyataan

A 10,000 Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METER TEMPEL', and 'POSTAL SERVICE'. The signature is in black ink and appears to be 'Arya Bayu Machmud'.

Arya bayu Machmud

**LEMBAR PERSETUJUAN MENGIKUTI UJIAN SKRIPSI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UMSURABAYA**

TAHUN AKADEMIK 2020/2021

PERSETUJUAN UNTUK UJIAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PROVIDER INDOSAT
OOREDOO DI SURABAYA**

Oleh:

Arya Bayu Machmud

NIM : 20171221104

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan persetujuan untuk diajukan.

Surabaya, senin, 30 Agustus 2021

Dosen Pembimbing I,



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM.

Dosen Pembimbing II,



Marista Oktaviani, SE, MM.

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Rina Maretasari, SM, M.SM.

PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

Skripsi ini telah diajukan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji
Judul : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PROVIDER INDOSAT OOREDOO DI SURABAYA**

Nama : Arya Bayu Machmud
NIM : 20171221104

Program Studi : Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Senin, 06 Desember 2021
Pukul 13.00 Sampai dengan 14.30

Komisi Penguji terdiri dari :
Ketua Penguji,



Dr. Didin Fatihuddin,SE,M.Si

Anggota



Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM.

Anggota



Marista Oktaviani, SE, MM.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Mochamad Moekhlis, S.Si, MM

Kaprodi Manajemen



Rina Mareasari, SM, M.SM.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan kebesaran dan kekuasaan-Nya penulis masih dalam nikmat iman dan islam serta penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PROVIDER INDOSAT OOREDOO DI SURABAYA**. Sebagai syarat kelulusan dalam program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa bantuan dari pembimbing dan dorongan serta do'a dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini secara khusus penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. dr. Sukadiono, M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Dr.Mochamad Mockhlas,S.Si,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Asyidatur Rosmaniar, SE. M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Dr. Muhammad Anang Firmansyah, MM selaku Dosen pembimbing I. Berkat bimbingan dan ilmu yang diberikan dalam menyelesaikan proposal skripsi ini. Semoga beliau diberikan kesehatan selalu serta keberkahan umur panjang oleh Allah SWT.
5. Marista Oktaviani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II. Atas bimbingannya dalam memberikan ilmu sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kedua Orang Tua yang tidak pernah berhenti mendoakan serta mendukung sehingga proposal skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama ini telah memberikan

ilmu dan pengetahuan yang begitu bermanfaat.

8. Seluruh staff dan karyawan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selama ini selalu memberikan informasi – informasi yang diperlukan.
9. Istri dan anak – anak ku yang selalu memberikan ke sejukan dan keceriahan selama ini.
10. Teman – teman seperjuangan Manajemen kelas karyawan angkatan 2017 yang selama ini selalu memberikan masukan dan supportnya. Semoga saya dan kalian semua dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan batas waktu yang tepat sehingga gelar dan sukses kita bisa dapatkan bersama.

Penulis menyadari bahwa terdapat kelemahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat konstruktif guna menyempurnakan penulisan skripsi ini, demi meningkatkan karya tulis menulis di masa yang akan datang.

Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya akademisi dan pihak yang peduli terhadap pendidikan.

Surabaya, 10 Agustus 2021



Arya Bayu Machmud

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Batasan Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Pemasaran.....	11
2. Citra Merek.....	12
3. Kualitas Produk	14
4. Kualitas Layanan	16
5. Loyalitas	18
B. Hubungan Antar Variabel (kurang penelitian pendukung antara v x ke y).....	22
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas	22
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas	23
3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas	23
4. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas.....	24

C. Penelitian Terdahulu	25
D. Kerangka Konseptual	28
E. Model Analisis	30
F. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Unit Analisis Tempat Penelitian	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
1. Variabel Penelitian	34
2. Definisi Operasional	36
D. Alat Penelitian	38
E. Teknik Analisis Data	40
F. Analisis Data	41
G. Uji Hipotesis	46
1. Uji t	46
2. Uji F	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Deskripsi Hasil Penelitian	50
C. Pengujian Hipotesis	69
D. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP	78
A. Simpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumen PT. Indosat Ooredoo.....	6
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Indosat Ooredoo	7
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
Gambar 2.2 Model Analisis	30

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	36
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	39

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2010). *Manajemen Ekuitas Merek* (Aris Ananda (ed.); Edisi Revi). Mitra Utama.
- Adnyasuari, P. A. S., & Darma, G. S. (2017). *Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking*.
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jilid 1). Jakarta: Prenhalindo.
- Bimo, A. Sarjono, H. & Ferian, A. (2018). *The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loylty* (A Studi Of). *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*.
- Caroko, E. E. (2020). Selama WFH Penggunaan Data Melonjak, Bagaimana dengan Nasib Operator Seluler. *Www.SINDOnews.Com*.
<https://ekbis.sindonews.com/read/49726/34/selama-wfh-penggunaan-data-melonjak-bagaimana-dengan-nasib-operator-seluler-1590653124>
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen *Nano Store*.
- Deska Dera Aisah, Y. R. P. (2018). Pengaruh Konten Dan Gaya Komunikasi Di *Platform* Konsultasi Berbasis *Online @Ibunda_Id* Terhadap *Brand Awareness*.
- Eka Sapitri, Sampurno, I. H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta).
- Febsri Susanti, & Kusumahati, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Pengguna Produk “*Tupperware*” di Kelurahan Bandar Buat Padang).
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*.
- Griffin, R. W. & Ebert, R. J. (2006). *Bisnis*. Erlangga.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty*. Erlangga.
- Hedman, I., & Orrensalo, T. P. (2018). *Brand Image as a Facilitator of Relationship Initiation*. In *Journal Developing Insights on branding in the B2B Context*. Emerald.
- Ismail, F. F., & Sudarmadi, D. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Beton Elemen Persada.
- Jayaningrum, D. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Konsumen Restoran *The House of Raminten*). UPN Veteran Yogyakarta.
- Kadek Ayuk Riska Oktavenia, I. G. A. K. S. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediiasi.
- Kasmir. (2012). *Laporan Analisis Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Kasmir. (2017). Analisis Laporan Keuangan. PT Rajagrafindo Persada.
- Kennedy, J. E. R. D. S. (2006). *Marketing Communication – Taktik dan Strategi*.
- Khunaifa Puspitaningtyas, A. H. D. S. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Po. Tunggal Dara Putera Rute Wonogiri-Jakarta).
- Kotler, Philip., dan K. (2012). Manajemen Pemasaran (Bob Sabran (ed.); Ketigabela). Erlangga.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran (12 Jilid 1). Erlangga.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). Manajemen Pemasaran (B. Molan (ed.); Ketigabela). PT. Indeks.
- Kotler Phillip and Garry Amstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Lovelock, C. dan J. W. (2011). *Service Marketing*. Pearson.
- Malau Herman. (2017). Manajemen Pemasaran.
- Milasari, Selvi., D. K. dan P. N. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas (Studi pada Konsumen Bakso & Mie Ayam Sonhaji Sony di Bandar Lampung). Universitas Lampung.
- Mullins, J. W. (2008). *Marketing Management*. New York McGraw-Hill.
- Ni Wayan Ade Rosita. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Jasa Yang Terdaftar Di Bei.
- Niken Nanincova. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Noach Cafe And Bistro*.
- Oktavia Retno Maharani¹, H. W. dan T. H. A. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk pada Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Loyalitas (Study Kasus pada Lipstcik Wardah).
- Parasuraman dkk. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*.
- Patria, N. A. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Di Soto Segeer Hj Fatimah.
- Permana, Slamet, M., & Oktavian Haryanto, J. (2014). Pengaruh *Country Of Origin, Brand Image* Dan Persepsi Kualitas Terhadap Intensi Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 365–380.
- Pramana, P. (2013). Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan (Warnet Cha). PT. Raja Grafindo Persada.
- Rahman, A. (2010). Strategi Dahsyat *Marketing Mix for Small Business* Cara Jitu Merontokan Pesaing (1st ed.). Trans Media Pustaka.
- Rizal Zulkarnain, HER Taufik, A. D. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*.
- Schiffman dan Kanuk. (2010). Perilaku Konsumen.
- Soekidjo Notoatmodjo. (2010). Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi. In *PT Rineka Cipta*. PT. Rinekas Cipta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. CV Alfabeta.

- Sunarto. (2006). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi (Untuk Strategi dan Penelitian Bisnis Pemasaran)*. Prenada Media.
- Sundalangi, M., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2014). *Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado*.
- Sunyoto, D. (2015). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (cetakan pertama)*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Sutra, A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Telkomsel*.
- Suwarsito, S. A. (2020). *Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Syahadat, M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cafe & Eatery Soft Coffe Di Luwu Utara*.
- Tia Aprilia Susnita. (2020). *Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Maja Menjangan Kabupaten Majalengka*. 202.
- Tjiptono & Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik (2nd ed.)*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran (2nd ed.)*. Andi Offset.
- Tjiptono, F. & Gregorius C. (2012). *Pemasaran Strategi (Edisi 2)*. Andi.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Umi Noor Kholifah. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*.
- Yudiadari, N. K. P., & Agustina, M. D. P. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan – Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karangasem*.
- Yunaida, E. (2017). *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa*. 4.
- Zahara, R. (2020a). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening*. STIE.
- Zahara, R. (2020b). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*.

