

## ABSTRAK

Telekomunikasi, juga dikenal sebagai telekomunikasi, adalah pertukaran informasi melalui jarak yang signifikan dengan sarana elektronik dan mengacu pada semua jenis suara, data dan transmisi video. Saat ini, masyarakat semakin khawatir tentang kebutuhan mereka. Perusahaan harus tahu apa yang diinginkan pelanggan, apa yang dibutuhkan pelanggan. Perusahaan tidak dapat terus menjual apa yang mereka inginkan tetapi mereka harus memenuhi kebutuhan pelanggan mereka. Di sektor telekomunikasi persaingan sangat sulit, orang lebih menyukai merek terkenal sehingga perlu bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa signifikan ekuitas merek mempengaruhi keputusan pembelian kembali konsumen dan kepuasan konsumen. Orang Indonesia biasa mengganti kartu mereka untuk mendapatkan harga termurah dari data internet yang diberikan oleh provider.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek terhadap Kepuasan Pelanggan dalam layanan telekomunikasi di Jabodetabek dan Jawa Barat. Total item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah 29 item dengan sampel yang diambil sebanyak 400 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Ekuitas Merek dan variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan yang akan diukur dengan Regresi Linear Berganda dan Analisis Regresi Linier Sederhana. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability dan convenience sampling.

Penelitian ini menemukan bahwa Layanan Telekomunikasi memiliki tingkat penilaian yang tinggi dan kuat berdasarkan variabel Ekuitas Merek Ekuitas dengan dimensi: Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Persepsi, dan Loyalitas Merek. Hasilnya menunjukkan bahwa hanya mempersepsikan kualitas tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Ekuitas Merek, sedangkan sisanya memiliki efek langsung yang signifikan. Juga terbukti bahwa Ekuitas Merek memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci: Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, Layanan Telekomunikasi, Pemasaran, Jabodetabek & Jawa Barat.