

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Internet Telkomsel Flash Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Menggunakan Analisis Jalur”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, perhatian, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang tiada terhingga kepada:

1. Ibu Farah Alfanur S.SI, MSM, M.ENG. selaku dosen pembimbing atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, mendukung dan mengarahkan penulis.
2. Bapak Herry Irawan, ST., MM dan Ibu Dini Turipanam Alamanda, S.Tp., MSM selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
3. Keluarga Tercinta. Ayah, Ibu dan Adik, terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayang yang tidak akan pernah habis.
4. Segenap staf pengajar dan civitas akademik program S1 Institut Manajemen Telkom.
5. Teman-teman seperjuangan MBTI A 2009 dan angkatan 2009 Institut Manajemen Telkom.
6. Temen – temen seperjuangan Kelas Strategi And Games kelas A terima kasih atas dukungan dan perhatiannya. Semoga persahabatan kita berlanjut terus sampai kapan pun.

7. Seluruh pihak dengan tidak mengurangi rasa hormat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan kelemahan, namun demikian dengan segala keterbatasan semoga dapat berguna.

Akhirnya semoga Allah SWT membalas amal dan budi baik kita semua. Aamiin.

Bandung, 23 April 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Produk Layanan Akses Internet Telkomsel <i>Flash</i>	3
1.1.3 Paket – paket Telkomsel <i>Flash</i>	5
1.2 Latar Belakang Penelitian	6
1.3 Perumusan Masalah.....	16
1.4 Tujuan Penelitian	17
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	20
2.1.1 Rangkuman Teori.....	20
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.2 Kerangka Pemikiran.....	47
2.3 Perumusan Hipotesis.....	50
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	50
2.4.1 Variabel dan Subvariabel Penelitian.....	50
2.4.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	51
3.2 Variabel Operasional.....	52
3.2.1 Variabel dan Sub Variabel.....	52
3.2.2 Skala Pengukuran.....	56
3.3 Tahapan Penelitian.....	57
3.4 Populasi dan Sampel.....	58
3.4.1 Populasi.....	58
3.4.2 Sampel.....	58
3.4.3 Teknik Sampling.....	60
3.5 Pengumpulan Data.....	60
3.5.1 Jenis Data.....	60
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
3.6.1 Uji Validitas.....	62
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	65
3.7 Teknik Analisis Data.....	67
3.7.1 Analisis Nilai Jenjang	67
3.7.2 <i>Method Of Successive Interval</i> (MSI)	69
3.7.3 Analisa Jalur	69
3.8 Pengujian Hipotesis.....	73
3.8.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan	74
3.8.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial	74

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	76
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kurun Waktu Menggunakan Layanan Akses Internet Telkomsel <i>Flash</i>	80
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media yang Digunakan Saat Menggunakan Layanan Akses Internet Telkomsel <i>Flash</i>	82
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan...	84
4.2 Hasil Penelitian.....	86
4.2.1 Gambaran Kategori Kesadaran Merek.....	86
4.2.2 Gambaran Kategori Persepsi Kualitas.....	88
4.2.3 Gambaran Kategori Loyalitas Pelanggan.....	92
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	95
4.3.1 Pengaruh Kesadaran Merek (X_1) dan Persepsi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	95
4.3.2 Pengujian Hipotesis.....	98
4.3.3 Besar Pengaruh Kesadaran Merek (X_1) dan Persepsi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	103
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian (Menyeluruh).....	106
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	110
5.1 Saran.....	114
5.2.2 Bagi Penelitian Lain.....	114
5.2.2 Bagi Perusahaan.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

Tabel 1.1	Perkembangan Penduduk dan Pengguna Internet di Indonesia	7
Tabel 1.2	NPS Internet Service Provider – Mobile tahun 2012.....	13
Tabel 1.3	Perkembangan <i>Top Brand Index</i> Kategori ISP <i>Mobile</i> di Indonesia pada Awal Tahun 2011 - 2013	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Tabel 2.1	SOTA (<i>State of The Art</i>) Lima Skripsi/Tesis Terdahulu.....	29
Tabel 2.2	SOTA (<i>State of The Art</i>) Empat Jurnal Nasional.....	35
Tabel 2.3	SOTA (<i>State of The Art</i>) Lima Jurnal Internasional.....	42

BAB III METODE PENELITIAN

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	53
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Merek (X_1) Dan Persepsi Kualitas (X_2).....	63
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	65
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Merek (X_1 dan Persepsi Kualitas) (X_2)	67
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	67
Tabel 3.6	Kategori Interpretasi Skor	68

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Lama Kurun Waktu Menggunakan Layanan akses internet Telkomsel <i>Flash</i>	80

Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Media yang Digunakan Saat Menggunakan Layanan Akses Internet Telkomsel <i>Flash</i>	82
Tabel 4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83
Tabel 4.7	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan.....	84
Tabel 4.8	Tanggapan Responden terhadap Kesadaran Merek.....	86
Tabel 4.9	Tanggapan Responden terhadap Persepsi Kualitas.....	88
Tabel 4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden.....	91
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Loyalitas Pelanggan.....	92
Tabel 4.12	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	97
Tabel 4.13	Hasil Uji R Kuadrat	98
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	99
Tabel 4.15	Hasil Uji t.....	101
Tabel 4.16	Uji Hipotesis Secara Parsial.....	102
Tabel 4.17	Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung dan Pengaruh Total Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas dan Loyalitas Pelanggan.....	106
Tabel 4.18	Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Pearson</i>	107

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

Gambar 1.1 Logo Telkomsel	1
Gambar 1.2 Paket – Paket Telkomsel <i>Flash</i>	5
Gambar 1.3 Grafik Jumlah <i>Customers</i> dan EBITDA Telkomsel..	8
Gambar 1.4 Grafik Jumlah Pelanggan Telkomsel Flash di Kota Bandung	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Gambar 2.1 Elemen <i>Brand Equity</i>	23
Gambar 2.2 Piramida <i>Brand Awareness</i>	24
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	57
Gambar 3.2 Kriteria Interpretasi Skor	68
Gambar 3.3 Analisis Jalur	71

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	79
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Kurun Waktu Menggunakan Layanan akses internet Telkomsel <i>Flash</i>	81
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Media yang Digunakan Saat Menggunakan Layanan Akses Internet Telkomsel <i>Flash</i>	82
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	83

Gambar 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	84
Gambar 4.8	Garis Kontinum Kesadaran Merek.....	87
Gambar 4.9	Garis Kontinum Persepsi Kualitas.....	90
Gambar 4.10	Garis Kontinum Rekapitulasi.....	92
Gambar 4.11	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan.....	94
Gambar 4.12	Diagram Jalur Untuk Mengetahui Pengaruh Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen.....	95
Gambar 4.13	Distribusi t Penolakan Ho	102
Gambar 4.14	Diagram Jalur Dalam Nilai Beta dan Nilai	103