

HALAMAN MOTTO

Kedatanganmu yang menyelamatkanku

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua, yang selalu memberikan semangat dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Kakak, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam pendidikan saya.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E., M.M. yang telah membimbing saya dengan sangat baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
4. Sahabat-sahabat terbaik yang selalu menghibur dan memberikan semangat untuk saya.
5. Ade Alyani, yang telah memberikan bantuan, semangat dan motivasi untuk saya.
6. Teman-teman seperjuangan yang tidak bisa kusebutkan satu-persatu.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *brand trust*, dan *promotion* terhadap *loyalty pelanggan kuota internet telkomsel*. Metode purposive sampling dengan jumlah responden 100 responden pengguna kuota internet telkomsel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan program SPSS 25 *for windows*. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *service quality*, *brand trust*, dan *promotion* berpengaruh secara simultan terhadap *loyalty*, secara parsial *service quality* memberikan pengaruh yang lebih besar 7,215 dari pada *brand trust* 4,097 dan *promotion* 7,050 terhadap *loyalty*. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,930 atau 93%. Artinya, variabel *loyalty* dapat dipengaruhi oleh *service quality*, *brand trust*, dan *promotion* sebesar 93%, sedangkan sisanya yaitu 7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Kata Kunci: *Service Quality*, *Brand Trust*, *Promotion* dan *Loyalty*

ABSTRACT

This study was conducted to determine the effect of service quality, brand trust, and promotion on loyalty of telkomsel internet quota customer. Purposive sampling method with 100 respondents from telkomsel internet quota user. The data analysis technique used is multiple linear regression, t test, F test, and coefficient of determination. The analysis technique used is the SPSS 25 for windows program. From the results of the study, it can be seen that service quality, brand trust, and promotion have a simultaneous effect on loyalty, partially service quality gave a greater influence of 7,215, than the brand trust of 4,097, and promotion of 7,050 on loyalty. The results of the coefficient of determination test show that the Adjusted R Square value is 0.930 or 93%. That is, the loyalty variable can be influenced by service quality, brand trust, and promotion by 93%, while the remaining 7% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: Service Quality, Brand Trust, Promotion and Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Quality*, *Brand Trust* dan *Promotion* Terhadap *Loyalty* Pelanggan Kuota Internet Telkomsel”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program studi S1 Manajemen Universitas Putra Bangsa serta mempraktekkan ilmu yang selama ini telah penulis peroleh selama mengikuti kegiatan perkuliahan. Pada kesempatan kali ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung terselesainya skripsi ini baik secara moril maupun materil, yaitu :

1. Bapak Dr. Sulis Riptiono, S.E, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengaruh dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan Manajemen Reguler E 2019 dan Reguler A 2023.
4. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu atas cinta mereka yang tidak akan pernah berakhir, dan selalu mendoakan setiap saat, kesabaran dan motivasi kepada penulis.
5. Kakaku, Febi Pria Pinandita, yang telah membantu skripsi ini.
6. Sahabat, yang selalu memberi semangat dan membantu skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Kebumen, 29 Juli 2023

Penulis,



Edho Galih Pramudya
NIM 195503667

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13

2.1.	Tinjauan Teori	13
2.1.1.	<i>Loyalty</i>	13
2.1.2.	<i>Service Quality</i>	16
2.1.3.	<i>Brand Trust</i>	19
2.1.4.	<i>Promotion</i>	21
2.2.	Penelitian Terdahulu	24
2.3.	Hubungan Antar Variabel	29
2.4.	Model Empiris	32
2.5.	Hipotesis.....	32
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	34
3.2.	Variabel Penelitian.....	34
3.3.	Definisi Operasional Variabel	35
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	38
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.	Populasi dan Sampel	41
3.6.1	Sampel	41
3.7.	Teknik Analisis.....	43
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2	Analisis Statistik.....	44
BAB IV	54
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	54
4.1.	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	54
4.2.	Analisis Deskriptif	55

4.3	Analisis Statistik	58
4.3.1.	Uji Validitas	59
4.3.2.	Uji reliabilitas	62
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik	62
4.3.4.	Uji Analisis Linear Berganda	66
4.3.5.	Uji Hipotesis.....	68
4.4.	Pembahasan	71
BAB V	75
SIMPULAN	75
5.1.	Simpulan.	75
5.2.	Keterbatasan	76
5.3.	Implikasi.....	76
5.3.1	Implikasi Praktis	76
5.3.2	Implikasi Teoritis	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Pelanggan Telekomunikasi Di Indonesia Pada Kuartal III-2022	2
Tabel I-2 Faktor Yang Mempengaruhi Loyalty Pada Pelanggan Kuota Internet Telkomsel Prabayar Di Kabupaten Kebumen	3
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel loyalty pada kuisisioner	35
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel service quality pada kuisisioner	36
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Brand Trust pada kuisisioner	37
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>promotion</i> pada kuisisioner	37
Tabel IV-1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel IV-2 Usia Responden	56
Tabel IV-3 Pendidikan Terakhir Responden	57
Tabel IV-4 Pekerjaan Responden	58
Tabel IV-5 Uji Validitas Variabel <i>Loyalty</i>	59
Tabel IV-6 Uji Validitas Variabel Service Quality	60
Tabel IV-7 Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i>	61
Tabel IV-8 Uji Validitas Variabel Promotion	61
Tabel IV-9 Uji Reliabilitas	62
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel IV-11 Uji Analisis Linier Berganda	67
Tabel IV-12 Hasil Uji (t)	69
Tabel IV-13 Hasil Uji (f)	70
Tabel IV-14 Hasil Uji Determinasi (R^2)	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris	32
Gambar IV-1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2 Tautan Link Google Form	89
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Responden	90
Lampiran 4 Tabulasi	99
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	107
Lampiran 8 Hasil Uji analisis Regresi Linier Berganda	108
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis	109
Lampiran 10 Kartu Bimbingan	110
Lampiran 11 Kartu Seminar	111
Lampiran 12 Tabel T	112
Lampiran 13 Tabel F	113
Lampiran 14 Tabel R	114