

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Indihome di Kebumen. Teknik dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yang digunakan untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah 107 responden yang merupakan konsumen Indihome di Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistik yang dilakukan Uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, koefisien determinasi, uji t, uji simultan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sebesar 46,3%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas dan uji reliabilitas semua variabel dinyatakan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji t citra perusahaan, kepercayaan dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

**Kata kunci:** Citra Perusahaan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of corporate image, trust, and service quality on Indihome consumer loyalty in Kebumen. The technique in this study is nonprobability sampling which is used to determine the sample with certain considerations. Respondents in this study were 107 respondents who were Indihome consumers in Kebumen. This study uses descriptive and statistical analysis methods. Validity test, reliability test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, normality test, coefficient of determination, t test, simultaneous test. Based on the research results, it can be seen that corporate image, trust, and service quality affect consumer loyalty by 46.3%. The results of this study indicate that based on the validity test and reliability test all variables are declared valid and reliable. Based on the results of the t-test, corporate image, trust and service quality each have a significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *Corporate Image, Trust, Service Quality, Consumer Loyalty.*

## **HALAMAN MOTTO**

*Masa lalumu sudah selesai, hari ini adalah awal dari sisa masa depanmu,  
hiduplah sepenuhnya hari ini.*

*(Mario Teguh)*

*Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan  
mereka yang senantiasa berusaha.*

*(B.J. Habib)*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kelancaran kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ibu Sohibah dan Bapak M.Ashari yang selalu mendoakan, mendukung, memberikan semangat dan selalu memberikan kasih sayang serta pengorbanannya selama ini.
2. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan serta doa terbaiknya.
3. Teman-teman seperjuangan di Program Studi S1 Manajemen Khususnya Hidayati, Mba Astria, Rahma, Dwianti yang selalu memberikan semangat satu sama lain.
4. Semua pihak baik dosen pembimbing maupun almamater Universitas Putra Bangsa yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Diri sendiri yang sudah selalu berusaha dan mencoba melakukan lebih banyak dari keterbatasan yang dipunya saat ini.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN INDIHOME DI KEBUMEN”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuan fisik maupun motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak/Ibu dosen beserta staf karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Segenap responden dalam penelitian ini yang sudah berkenan membantu memberikan jawaban mengenai loyalitas jasa layanan Indihome.
4. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Dengan adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis, maka dengan kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik karena masih banyak kekurangan dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat.

Kebumen, 02 April 2023

Penulis,

Seti rakhama yanti

NIM 195503766

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN .....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1. Tinjauan Teori .....	13
2.1.1. Loyalitas .....	13
2.1.2. Citra Perusahaan.....	16
2.1.3. Kepercayaan.....	24
2.1.4. Kualitas Pelayanan .....	27

2.2.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	33
2.4.	Model Empiris.....	36
2.5.	Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.1.1	Objek Penelitian.....	38
3.1.2	Subjek Penelitian.....	38
3.2.	Variabel Penelitian.....	38
3.2.1	Variabel Independen (variabel bebas).....	38
3.2.2	Variabel Dependen (variabel terikat).....	39
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Jenis data.....	44
3.5.2	Teknik pengumpulan data.....	45
3.6.	Populasi dan Sampel.....	46
3.6.1	Populasi Penelitian.....	46
3.6.2	Sampel Penelitian.....	46
3.7.	Teknik Analisis.....	47
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	48
3.7.2	Analisis Statistik.....	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....		58
4.1.	Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	58
4.2.	Analisis Deskriptif.....	59



4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	59
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.3.	Analisis Statistik.....	62
4.3.1.	Uji Instrumen .....	62
4.3.2.	Uji Asumsi Klasik .....	66
4.3.3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
4.3.4.	Uji Hipotesis.....	71
4.4.	Pembahasan .....	76
4.4.1	Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	76
4.4.2.	Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
4.4.3.	Kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen .....	78
4.4.4.	citra perusahaan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen. ....	79
4.4.5.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
BAB V	SIMPULAN .....	81
5.1.	Simpulan.....	81
5.1.	Keterbatasan .....	82
5.2.	Implikasi .....	82
5.3.1	Implikasi Praktis .....	82
5.3.2	Implikasi Teoritis .....	84
DAFTAR	PUSTAKA .....	85
LAMPIRAN	.....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Paket Layanan Indihome .....	3
Tabel I. 2 Ranting Indihome dalam Top Brand index di Indonesia 2019-2022 .....	4
Tabel I. 3 Keunggulan produk pesaing Indihome .....	4
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III. 1 Distribusi Indikator Loyalitas (Y) pada kuesioner.....	40
Tabel III. 2 Distribusi indikator citra perusahaan (X1) pada kuesioner.....	41
Tabel III. 3 Distribusi indikator kepercayaan (X2) pada kuesioner.....	41
Tabel III. 4 Distribusi indikator kepercayaan (X2) pada kuesioner.....	42
Tabel IV. 1 Responden Berdasarkan Alamat.....	59
Tabel IV. 2 Responden Berdasarkan Alamat.....	60
Tabel IV. 3 Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel IV. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel IV. 5 Output Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan.....	63
Tabel IV. 6 Output Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	64
Tabel IV. 7 Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	64
Tabel IV. 8 Output Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	65
Tabel IV. 9 Output Uji Reliabilitas .....	66
Tabel IV. 10 Output Uji Multikolinieritas .....	67
Tabel IV. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel IV. 12 Output Uji Parsial .....	73
Tabel IV. 13 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	75
Tabel IV. 14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar I. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia 2018 – 2022 .....	1
Gambar II. 1 Model Empiris .....	36
Gambar IV. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Gambar IV. 2 Hasil uji Normalitas P-P Plot.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	89
Lampiran 2 Data responden .....	94
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	98
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	101
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	103
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	104
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	105
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	105
Lampiran 9 Tabel r.....	106
Lampiran 10 Tabel t.....	110
Lampiran 11 Tabel f.....	115
Lampiran 12 Seminar Proposal.....	119
Lampiran 13 Kartu Bimbingan .....	120