

## **TUGAS AKHIR**

# **PENGARUH *BRAND COMMUNICATION* DAN *SERVICE QUALITY* DALAM MEMBANGUN *BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY* PENGGUNA OPERATOR SELULAR GSM PT. TELKOMSEL DI SURABAYA**

Ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik  
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu

Oleh :

**NAMA : MEY ENGGANE LIMBONGAN**

**NPM : 01120080077**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PELITA HARAPAN  
SURABAYA  
2012**



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR**

---

Saya mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pelita Harapan Surabaya,

Nama Mahasiswa : Mey Enggane Limbongan

Nomor Pokok Mahasiswa : 01120080077

Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa karya Tugas Akhir yang saya buat dengan judul **“PENGARUH *BRAND COMMUNICATION* DAN *SERVICE QUALITY* DALAM MEMBANGUN *BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY* PENGGUNA OPERATOR SELULAR GSM PT. TELKOMSEL DI SURABAYA”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya Tugas Akhir saya.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka karya Tugas Akhir ini batal.

Surabaya, 20 April 2012

yang membuat pernyataan,  
  
(MEY ENGGANE LIMBONGAN)



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR  
PENGARUH *BRAND COMMUNICATION* DAN *SERVICE QUALITY*  
DALAM MEMBANGUN *BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY*  
PENGGUNA OPERATOR SELULAR GSM PT. TELKOMSEL DI  
SURABAYA**

Oleh:

**Nama : Mey Enggane Limbongan**

**NPM : 01120080077**

**Jurusan : Manajemen**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam ujian komprehensif guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya.

Surabaya, 25 April 2012

Menyetujui:

**Pembimbing Utama**

Ronald, S.T., M.M.

**Co-  
Pembimbing/Supervisor**

Amelia, S.E., RFP-I, M.M.

**Ketua Jurusan  
Manajemen**  
  
Ronald, S.T., M.M.

**Dekan Fakultas  
Ekonomi**  
  
Prof. Louie Divinagracia, M.Sc., DBA



**UNIVERSITAS PELITA HARAPAN SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI**

---

**LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**



Pada 17 Februari 2012 telah diselenggarakan ujian komprehensif untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Sarjana Strata Satu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pelita Harapan Surabaya atas nama:

**Nama : Mey Enggane Limbongan**

**NPM : 01120080077**

**Jurusan : Manajemen**

Termasuk ujian Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh *Brand Communication* Dan *Service Quality* Dalam Membangun *Brand Trust* dan *Brand Loyalty* Pengguna Operator Selular GSM PT. Telkomsel Di Surabaya" oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji	Status	Tanda Tangan
1. Ronald, ST, MM	sebagai Ketua, Pembimbing	 _____
2. Leo A. Tambunan, SE, MM	sebagai Penguji	 _____
3. Liza A. Nelloh, SE, MM	sebagai Penguji	_____

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena hanya dengan penyertaan dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditetapkan. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu. Adapun judul dari penulisan skripsi ini adalah **“PENGARUH *BRAND COMMUNICATION* DAN *SERVICE QUALITY* DALAM MEMBANGUN *BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY* PENGGUNA OPERATOR SELULAR GSM PT. TELKOMSEL DI SURABAYA”**.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. (Hon) Jonathan L. Parapak, M.Eng.Sc selaku presiden Universitas Pelita Harapan Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berkuliah di UPH Surabaya
2. Prof. Louie Divinagracia, M.Sc., DBA selaku dekan Fakultas Business School, Universitas Pelita Harapan Surabaya.
3. Bapak Ronald, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing peneliti dan memberikan pengarahan yang baik selama proses penelitian dan penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu **Amelia, S.E, RFP-I, M.M., selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing, mengarahkan dan memberikan semangat kepada peneliti dalam melakukan penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.**
5. Bapak Leo Alexander Tambunan S.E., M.M selaku penasehat akademik dan selaku penguji pertama dalam sidang tugas akhir yang telah memberikan dukungan selama perkuliahan berlangsung dan

secara langsung ataupun tidak memberikan dukungan kepada penulis selama penulisan skripsi ini.

6. Ibu **Liza Nelloh, S.E, M.M, selaku penguji sidang proposal dan sebagai penguji kedua pada sidang tugas akhir yang telah menguji dan memberikan saran dan kritik terhadap proposal penelitian yang diajukan, sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik.**
7. Seluruh dosen dan staff pengajar Universitas Pelita Harapan Surabaya yang telah memberikan ilmu yang dimiliki selama perkuliahan, sehingga penulis saat ini dapat mencapai semester akhir dan menyelesaikan tugas akhir. Dan kepada staff Universitas Pelita Harapan yang telah membantu dan mendukung proses perkuliahan yang penulis jalani.
8. Kedua orang tua tercinta, Frederik Sambara' dan Deselna Panggua, yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis, sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik.
9. Saudara tercinta, Kusmawati Limbongan dan Ofride Limbongan, yang selalu memberikan dukungan dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Keluarga tercinta, Nenek Paulina Lapu', Nenek Albertina Rara', Pdt. Syukur Matasak, serta seluruh keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang selalu memberikan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Elly Julianez Tiballa yang senantiasa menemani penulis dalam proses penulisan skripsi ini, dan memberikan doa, semangat, serta dukungan moril kepada penulis.
12. Sahabat setia yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir, Esther Maniagasi, Noulando M.R. Kansil, Sthevani Krismastri Tandi, Weny Rani Pasolang, Anna Sari Payungallo, Restu Randesalu, Trisna Yulia Junita, dan Ekawati Ranteliling.

13. Kawan seperjuangan yang memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, Agung Bambang Guritno, Shelviana Handoko, Amin Xavier Tang, Hadirat Syukurman Gea, dan Albert Soegiharto.
14. Teman-teman GENORUS (Generasi Toraja UPH Surabaya), PPGT (Persekutuan Pemuda Gereja Toraja) Jemaat Surabaya, dan teman sepelayanan di Sekolah Minggu Gereja Toraja Jemaat Sidoarjo, yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data dan memberikan dukungan moral kepada penulis.
15. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan waktu dalam pengisian kuesioner dan membantu dalam memberikan data maupun bantuan lainnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran-saran maupun kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penulisan ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap agar kiranya penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi penulis sendiri dan para pembaca yang memiliki ketertarikan pada topik bahasan dalam skripsi ini.

Surabaya, 20 April 2012

Penulis

(Mey Enggane Limbongan)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Batasan Masalah.....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
1.6 Sistematika penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Brand Loyalty</i> .....	9
2.1.2 <i>Brand Communication</i> .....	11
2.1.3 <i>Service Quality</i> .....	12
2.1.4 <i>Brand Trust</i> .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	15
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Communication</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	15
2.3.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Brand Trust</i> .....	16
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i> .....	16



2.4	Model Penelitian .....	17
2.5	Bagan Alur Berpikir .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>19</b>
3.1	Jenis penelitian .....	19
3.2	Populasi dan Sampel.....	19
3.2.1	Populasi.....	19
3.2.2	Sampel .....	20
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.4	Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	22
3.4.1	Pengukuran Variabel .....	24
3.5	Metode Analisis Data .....	24
3.5.1	Jenis Data.....	24
3.5.2	Sumber Data.....	25
3.5.3	Pengolahan Data.....	25
3.5.4	Pengujian Hipotesis .....	26
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....</b>		<b>31</b>
4.1	Gambaran Umum Telkomsel.....	31
4.1.1	Gambaran Umum Responden .....	32
4.2	Analisis Data .....	33
4.2.1	Statistika Deskriptif.....	33
4.2.1.1	Karakteristik Responden.....	33
4.2.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal di Surabaya... 33	
4.2.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Telkomsel. 33	
4.2.1.2	Tanggapan Responden.....	34
4.2.2	Hasil Pengujian Kualitas Data .....	37
4.2.2.1	Uji Validitas .....	37
4.2.2.2	Uji Reliabilitas .....	38
4.2.2.3	Uji Asumsi Klasik .....	39
4.2.2.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
4.2.2.5	Koefisien Korelasi Berganda .....	45
4.2.2.6	Analisis Regresi Berganda.....	46
4.2.2.7	Koefisien Korelasi Sederhana .....	47

4.2.2.8	Analisis Regresi Sederhana .....	47
4.2.3	Hasil pengujian Hipotesis .....	48
4.2.3.1	Uji F (Uji Serempak) .....	48
4.2.3.2	Uji T (Uji Parsial).....	49
4.3	Pembahasan .....	51
<b>BAB V SIMPULAN .....</b>		<b>54</b>
5.1	Simpulan .....	54
5.2	Implikasi .....	56
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	56
5.2.2	Implikasi Praktis.....	56
5.3	Rekomendasi.....	57
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah Pelanggan Penyedia Jasa Layanan Selular di Indonesia Pada Tahun 2006 – 2010	2
Tabel 1.2 Operator dan Jumlah Pelanggan Tahun 2008-2010 Wilayah Surabaya	3
Tabel 3.1 Desain Inti Kuesioner	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Tempat Tinggal di Surabaya	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Lama Berlangganan Telkomsel	34
Tabel 4.3 Derajat Penilaian Setiap Variabel	34
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tiap-Tiap Variabel Pernyataan	35
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.7 Hasil uji Multikolineritas variabel <i>brand communication</i> dan <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i>	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas variabel <i>brand communication</i> terhadap <i>brand trust</i>	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas variabel <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i>	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas variabel <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	44
Tabel 4.11 Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel <i>brand communication</i> dan <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i>	45
Tabel 4.12 Hasil Koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Sederhana	47
Tabel 4.15 Hasil Uji F	49
Tabel 4.16 Hasil Uji T variabel <i>brand communication</i> dan <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i>	49
Tabel 4.17 Hasil Uji T <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i>	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Brand Loyalty Pyramid</i> .....	10
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Uji Normalitas variabel <i>brand communication</i> dan <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i> .....	40
Gambar 4.2 Uji Normalitas variabel <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i> .....	40
Gambar 4.3 Uji Heterokedatisitas variabel <i>brand communication</i> dan <i>service quality</i> terhadap <i>brand trust</i> .....	41
Gambar 4.4 Uji Heterokedatisitas variabel <i>brand trust</i> terhadap <i>brand loyalty</i> .....	42