PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

Ega Qathrun Nada

1811102431070

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK

UNIVERSTITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

TAHUN 2022

Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kartu Telkomsel (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi

Oleh :

Ega Qathrun Nada

1811102431070

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK

UNIVERSTITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR

TAHUN 2022

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWA S1 PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMDIYAH KALIMANTAN TIMUR)

Oleh:

EGA QATHRUN NADA
1811102431070

Samarinda, 30 Juni 2022

Telah disetujui oleh:
Pembimbing

Ermi Utami S.E.,ME
NIDN.1101018802

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KARTU TELKOMSEL (STUDI KASUS MAHASISWASI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMDIYAH KALIMANTAN TIMUR)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ega Qathrun Nada

NIM : 1811102431070

Program Studi : S1 Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal Senin, 30 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai pelengkap guna mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Unversitas Muhammadiyah Kalimantan Timur.

Susunan Penguji :

Penguji I	**: Dewi Sartika, S.ST., M.M. (NIDN.1124129401)**	(.....)
Penguji II	**: Ermi Utami, S.E., M.E. (NIDN.1101018802)**	(.....)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik	Ketua Program Studi Manajemen
Drs. M. Farid Wajdi, M.M.,Ph.D. **NIDN.0605056501**	**Ihwan Susila, S.E.,M.Si., Ph.D.** **NIDN.0620107201**

PERNYATAAN ORISSINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama	: Ega Qathrun Nada
NIM	: 1811102431070
Program Studi	: Manajemen
Surel	: egaqathrunnadaa@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan benar – benar hasil karya sendiri, baik, sebagain manapun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiblakan (plagiarisme) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai narasumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulis ilmian yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat sebenar – benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi – sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku.

Samarinda, 24 Oktober 2022

Yang Membuat Pernyataan

Ega Qathrun Nada

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan . analisis ini menggunakan variabel citra merek (X1) , promosi (X2) dan loyalitas pelanggan (Y). populasi adalah seluruh pengguna kartu telkomsel pada mahasiswa program studi Manajemen S1 universitas muhammadiyah Kalimantan timur . Sempel yang digunakan sebanyak 96 responden . Dalam penelitian ini penelitian menggunakan *simple random sampling.* Pengumpulkan data menggunakan koensioner dibagikan melalui *google from* dengan menggunakan skala *likert* .

Teknik analisis yang digunakan adalah regrensi linier berbaganda dengan bantuan *software* SPSS. Data diperoleh dari responden dengan menggunakan alat pengumpul data berupa koensioner, kemudian di analisis mengunakan alat bantu SPPP versi 25. Dari hasil uji simultan (uji f) variabel citra merek dan promosi secara bersama - sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek dan promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan diterima.

Kata kunci : loyalitas pelanggan,citra merek, promosi.

ABSTRACT

This study examines the effect of brand image and promotion on customer loyalty . This analysis uses brand image variables (X1) , promotions (X2) and customer loyalty (Y). The population is all Telkomsel card users in students of the Management Study Program, Muhammadiyah University, East Kalimantan. The sample used was 96 respondents . In this study, the research used simple random sampling. Collecting data using a questionnaire distributed via google from using a Likert scale.

The analysis technique used is multiple linear regression with the help of SPSS software. Data obtained from respondents using a data collection tool in the form of a questionnaire, then analyzed using SPPP version 25. From the results of the simultaneous test (f test) the brand image and promotion variables together have a significant effect on customer loyalty. Brand image and promotion have a positive and significant influence partially on customer loyalty is accepted.

Keywords: customer loyalty, brand image, promotion.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerah dan segala nikmatnya yang luar biasa banyaknya. shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi kita Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam. sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul pengaruh brand image dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada kartu Telkomsel(studi kasus mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur). Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesarnya kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
2. Bapak atau Ibu ketua Program Studi S1 manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur
3. Ibu Erni Utami, SE,ME. Selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam menyusun proposal penelitian.
4. Ibu Dewi Sartika, S.ST., M.M. selaku penguji
5. Ayahanda Bapak Sugiran dan Ibunda Puji Astuti yang tercinta selaku kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, bimbingan, motivasi serta dukungan moral dan material kepada penulis.
6. Budi Aman Nurri, Gendis Rahma Atmagie, selaku saudara dan Risky Fatdholi yang selalu mensuport penulis dan selalu memberikan dukungan Kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penulisan proposal ini.

7. Teman-teman S1 Program Studi manajemen angkatan 2018, yang selalu memberikan dukungan dan kerjasamanya selama menuntut ilmu.

Besar harapan penulis, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat. namun penulis menyadari bahwa semua tidak luput dari kesalahan dan kekurangan karena penulis masih dalam proses belajar dan akan terus belajar. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar dapat menambah pengetahuan dan guna menyempurnakan karya tulis ini agar dapat menjadi lebih baik.

Tidak lupa penulis berharap semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah berperan dalam pembuatan karya ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Samarinda, 30 Juni 2022

Ega Qathrun Nada

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN iii

LEMBAR PENGESAHAN iv

PERNYATAAN ORISINALITAS v

ABSTRAK vi

ABSTRACT vii

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI x

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR TABEL xiii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 3
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 3

BAB II TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTENSIS 5

A. Tujuan Penelitian Terhadulu 5
B. Teori Dan Kajian Pustaka 6
C. Kerangka Pikiran 13
D. Perumusan Hipotesis 14

BAB III METODE PENELITIAN 17

A. Lokasi Penelitian 17
B. Jenis Penelitian 17
C. Populasi Dan Penentuan Sampel 17
D. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel 19
E. Jenis Dan Sumber Data 23
F. Teknik Pengumpulan Data 24
G. Teknik Analisis Data 24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 61

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 61
B. Deksripsi Data 62
C. Analisis Data 81
D. Pembahasan Hasil Penelitian 90

BAB V PENUTUP 93

A. Kesimpulan 93
B. Keterbatasan 93
C. Saran 94

DAFTAR PUSTAKA 95

LAMPIRAN 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 PT. Telekomunikasi Seluler.....1

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran..... 13

Gambar 4.1 Logo Telkomsel 61

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas 83

Gamabr 4,3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 5
Tabel 3.2 Definisi Operasional 19
Tabel 3.3 Skala Likert 23
Tabel 3.4 Koefisien Determinasi (R^2) 28
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia 63
Tabel 4.3 Produk Telkomsel Mudah Dikenali 65
Tabel 4.4 Produk Telkomsel Memiliki Karakter Tersendiri 65
Tabel 4.5 Membeli Produk Telkomsel Dimasa Yang Akan Datang 66
Tabel 4.6 Produk Kartu Telkomsel Sesuai Kebutuhan Dan Keinginan 67
Tabel 4.7memberikan Kenyamanan Pada Penggunanya 67
Tabel 4.8 Memiliki Citra Yang Baik 68
Tabel 4.9 Memiliki Citra Merek Yang Baik 69
Tabel 4.10 Fitur Atua Gambar Fantastik 70
Tabel 4.11 Memiliki Promosi Yang Sering 71
Tabel 4.12 Promosi Yang Dilakukan Selalu Menarik 72
Tabel 4.13 Melihat Poster Disekitar Lingkungan 73
Tabel 4.14 Memberikan Brosur Internet Murah 73
Tabel 4.15 Sering Melakukan Promosi Di Media Masa 74
Tabel 4.16 Promosi Melalui Iklan Televisi 75
Tabel 4.17 Pameran Dagang Mampu Menarik Konsumen 75
Tabel 4.18 Penawaran Produk Seles 76
Tabel 4.19 Membeli Produk Lebih Dari 3 Kali 77
Tabel 4.20 Tidak Ingin Membeli Produk Lain 77
Tabel 4.21 Membeli Produk Telkomsel 78
Tabel 4.22 Pilihan Sim Card Yang Di Tawarkan Beragam 79

Tabel 4.23 Merekomendasikan Pada Pihak Lain.....80
Tabel 4.24 Menceritakan Produk Yang Baik.....81
Tabel 4.25 Menjadikan Kartu Telkomsel Pilihan Utama 82
Tabel 4.26 Uji Validitas 83
Tabel 4.27 Uji Rehabilitas 85
Tabel 4.28 Uji Multikolinearitas 86
Tabel 4.29 Uji Regrensi Berganda 87
Tabel 4.30 Koefisiensi Determinasi (R^2) 88
Tabel 4.31 Rekapitulasi Hasil Hipotesis.....89
Tabel 4.32 Uji T (Parsial) 89