

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, DAN  
KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP LOYALITAS MEREK  
ESIA, DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**



**GILANG WIDYA KARTIKA**

**A110610003**

**PROGRAM SARJANA STRATA 1**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2010**

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, DAN  
KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP LOYALITAS MEREK  
ESIA, DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata 1**



**GILANG WIDYA KARTIKA**

**A110610003**

**PROGRAM SARJANA STRATA 1**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

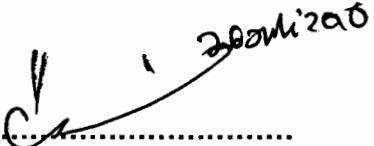
**2010**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Gilang Widya Kartika**

**NIM : A110610003**

**Tanda Tangan :**  20 Juli 2010

**Tanggal : 26 Juli 2010**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : GILANG WIDYA KARTIKA  
 NIM : A10610003  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK ESIA, DI JAKARTA.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Muchsin Saggaff Shihab, M.B.A., Ph.D

Pembimbing II : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc, Ph.D

Penguji I : Ir. Aurino R.A Djamaris, M.M

Penguji II : Ir.Deddy Herdiansjah, M.Sc, Ph.D.

Penguji III : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc, Ph.D

The block contains five handwritten signatures in black ink, each enclosed in a pair of parentheses. From top to bottom, the signatures correspond to: Muchsin Saggaff Shihab, Ir. Tri Wismiarsi, Ir. Aurino R.A Djamaris, Ir.Deddy Herdiansjah, and Ir. Tri Wismiarsi.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Juli 2010

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur diucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, atas terselesaikannya proposal Usulan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Merek pada Produk Esia” sebagai persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie.

Usulan tugas akhir ini telah melalui beberapa diskusi dan mendapatkan masukan serta koreksi dari para dosen maupun pelaku yang terlibat dalam pekerjaan ini, dengan harapan usulan tugas akhir ini dapat mencapai tujuan dan sasaran

Penulis menyadari bahwa penulisan usulan tugas akhir ini sulit untuk dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang memberikan kontribusinya, baik material maupun secara spiritual khususnya kepada:

- Bapak Muchsin Saggaff Shihab M.B.A., Ph,D dan Ibu Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc, Ph.D selaku pembimbing, yang telah dengan sabar dan telaten memberikan bekal pengetahuan, bimbingan dan masukan yang sangat membantu selama penyelesaian usulan tugas akhir ini.
- Kepada Keluarga besar tim *Marketing Insight and Strategy* PT.Bakrie Telecom yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas seluruh ilmu, dan pengalaman yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis.
- Kepada seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, tauladan, dan kebijaksanaan selama empat tahun penulis menuntut ilmu di Universitas Bakrie.

- Kepada seluruh staf di lingkungan Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakrie, atas seluruh dedikasinya.
- Kepada Keluarga penulis, Ayahanda Gatot Sudariyono, Ibunda Rachmi S.Sudariyono, dan adikku tersayang Putri Widya Utami atas doa, bantuan, dukungan tiada henti kepada penulis, dan skripsi ini didekasikan kepada mereka.
- Kepada Adi Pratama, atas dukungan semangat, dan doa yang membuat penulis selalu semangat, dan tidak mudah menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini
- Sahabat-sahabat penulis, yang selalu menjadi teman dalam susah maupun senang. Susah pun dirasa senang dengan kehadiran seorang sahabat seperti Anggita, Dedo, Utea, Syisyi, Chety, Okta, Melissa, Cumi, Echa, Dita, Vika, Cita, Citra, Illa, Unyil, Nisa, Dessy, Adink, Dimas, Pipi, Ira, Fina, Dwiki, Eniy, Amel, Ditha, Aya, Deby, Nunu, Willi, Tata, Angga, Dikha, dan Gema.
- Kepada Keluarga Besar Mahasiswa Khususnya teman-teman Mahasiswa angkatan 2006. Terima kasih saya ucapkan atas pertemanan yang telah terjalin selama empat tahun (dan akan terus terjalin) yang sangat berkesan.
- Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Usulan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. .

Akhirnya penulis hanya dapat berharap semoga semua amal baik semua pihak di atas mendapat balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Amin.

AKhir kata, penulis berharap semoga penulisan usulan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, bagi semua pihak serta menambah wacana pemikiran bagi kita semua.

Jakarta, 22 Juli 2010

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang telah bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Widya Kartika

NIM : A110610003

Program Studi : Manajemen

Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP LOYALITAS MEREK ESIA, DI JAKARTA.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawar, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 26 Juli 2010

Yang menyatakan

  
(Gilang Widya Kartika)

## **ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN, DAN KEPERCAYAAN MEREK, TERHADAP LOYALITAS MEREK ESIA, DI JAKARTA**

Gilang Widya Kartika<sup>1</sup>, Muchsin Saggaff Shihab M.B.A.,Ph.D<sup>2</sup>, Ir.Tri Wismiarsi,M.Sc, Ph.D<sup>3</sup>

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen, dan kepercayaan merek terhadap loyalitas merek pada produk Esia. Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dari 250 pelanggan Esia yang berdomisili di Jakarta, dan sudah menggunakan Esia selama dua tahun. Hasil analisis penelitian dengan menggunakan regresi linear dan SEM, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Esia, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek Esia, dan kepercayaan merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek Esia. Selain itu dari hasil uji hipotesis dengan menggunakan SEM dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung variabel kepuasan pelanggan pada loyalitas merek. Hasil uji analisis dengan menggunakan SEM, menunjukkan bahwa loyalitas merek akan meningkat apabila terdapat kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap merek.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kepercayaan merek, loyalitas merek

---

<sup>1</sup> Mahasiswa

<sup>2</sup> Staff pengajar Universitas Bakrie

<sup>3</sup> Staff pengajar Universitas Bakrie



**ANALYSIS OF THE EFFECT OF OVERALL SATISFACTION, AND BRAND TRUST TOWARD BRAND LOYALTY ON THE PRODUCT CALLED ESIA, IN JAKARTA**

Gilang Widya Kartika<sup>1</sup>, Muchsin Saggaff Shihab M.B.A.,Ph.D<sup>2</sup>, Ir.Tri Wismiarsi,M.Sc, Ph.D<sup>3</sup>

---

**ABSTRACT**

This study aims to investigate the effect of overall satisfaction, and brand trust, on brand loyalty of a telecommunication product, Esia. The data were collected from 250 Esia subscribers, who live in Jakarta and have used Esia for two years. By using linear regression the results of this study show that overall satisfaction has positive and significant effect on brand loyalty. Furthermore, overall satisfaction positively, and significantly influences brand trust. Brand trust has a positive and significant impact on brand loyalty. In addition, results from structural equation modeling reveal that overall satisfaction has direct and indirect effect on brand loyalty. The degree of brand loyalty increases when variables, overall satisfaction and brand trust, exist.

Keywords: overall satisfaction, brand trust, brand loyalty

---

<sup>1</sup> Mahasiswa

<sup>2</sup> Staff pengajar Universitas Bakrie

<sup>3</sup> Staff pengajar Universitas Bakrie

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Batasan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAN DAN KERANGKA PIKIRAN.....</b>	<b>4</b>
2.1. Tinjauan Pustaka.....	4
2.1.1. Pengertian Merek.....	4
2.1.2. Loyalitas Merek ( <i>Brand Loyalty</i> ).....	5
2.1.3 Ekuitas Merek sebagai <i>Relational Market-Based Asset</i> .....	7

2.1.4. Kepercayaan Terhadap Merek ( <i>Brand Trust</i> ).....	9
2.1.5. Kepuasan Pelanggan.....	11
2.1.6 <i>Brand Reliability</i> dan <i>Brand Intentions</i> .....	12
2.1.7. Company Profile : T.Bakrie Telecom.....	14
2.2. Kerangka Konspetual dan Pengembangan Hipotesis.....	17
<b>BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1. Variabel Penelitian.....	20
3.2. Pengukuran Penelitian.....	20
3.3. Rancangan Penelitian.....	22
3.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis.....	23
3.5.1. Uji Instrumen.....	23
3.5.2 Analisa Faktor.....	25
3.6. Metode Analisis Data.....	27
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>29</b>
4.1. Operasionalisasi Alat Ukur.....	29
4.1.1. Analisa Faktor untuk Setiap Variabel.....	29
4.1.2. Pengujian Validitas dan Kesesuaian Model.....	32
4.2. Karakteristik Responden.....	36
4.3. Analisis Data.....	37
4.3.1. Pengujian Hipotesis .....	37

4.3.1.1. Hasil Uji Hipotesis dengan Menggunakan Regresi Linear .....	38
4.3.1.2. Hasil Uji Hipotesis dengan Menggunakan SEM.....	39
4.4 Pembahasan .....	40
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
5.1. Kesimpulan.....	42
5.2. Saran.....	42
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>45</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>49</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo .....	16
Gambar 2.2. Esia-Tel dan Wifone .....	16
Gambar 2.3 Contoh Iklan Wimode .....	17
Gambar 2.4 Kerangka Konseptual .....	19
Gambar 4.1 Model Pengukuran untuk Variabel <i>Overall Satisfaction</i> .....	32
Gambar 4.2 Model Pengukuran untuk Variabel <i>Brand Trust</i> .....	34
Gambar 4.3 Model Pengukuran untuk Variabel <i>Brand Loyalty</i> .....	35
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Esia yang digunakan .....	37

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1. Alat Ukur Penelitian .....	21
Tabel 4.1. Analisis Faktor Variabel Overall Satisfaction .....	29
Tabel 4.2. Analisis Faktor Variabel Brand Trust .....	30
Tabel 4.3. Analisis Faktor Variabel Brand Loyalty .....	31
Tabel 4.4. Statistik Goodness-of-Fit untuk Pengukuran Konstruk Overall Satisfaction .....	33
Tabel 4.5. Statistik Goodness-Of-Fit untuk Pengukuran Konstruk Brand Trust .....	34
Tabel 4.6. Statistik Goodness-Of-Fit untuk Pengukuran Konstruk <i>Brand Loyalty</i> .....	35
Tabel 4.7. Karakteristik Responden .....	36
Tabel 4.8. Hasil Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Regresi Sederhana .....	38
Tabel 4.9. Tabel Hubungan antar Variabel .....	40

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2. Hasil Olahan Data untuk Karakteristik Responden.....	53
Lampiran 3. Hasil Olahan Data Analisa Faktor .....	56
Lampiran 4. Hasil Olahan Data Validitas dan Uji Keseuaian Model .....	75
Lampiran 5. Hasil Olahan Data Analisis Regresi Linear .....	97