



**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPEEDY PADA
PT. TELKOM KANDATEL BANYUWANGI**

*(Brand Characteristics, Characteristics Of Companies, Customer Brand
Characteristics Influence To Speedy Customer Loyalty In Telkom,
PT. RegionalOfficeTelecommunication Company Banyuwangi)*

SKRIPSI

Oleh

**Dita Auliyah Afrita Nanda
NIM 090910202024**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**



**PENGARUH KARAKTERISTIK MEREK, KARAKTERISTIK
PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PELANGGAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SPEEDY PADA
PT. TELKOM KANDATEL BANYUWANGI**

*(Brand Characteristics, Characteristics Of Companies, Customer Brand
Characteristics Influence To Speedy Customer Loyalty In Telkom,
PT. RegionalOfficeTelecommunication Company Banyuwangi)*

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**Dita Auliyah Afrita Nanda
NIM 090910202024**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2013**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Umi Handayani dan Supratikno yang senantiasa memberikan curahan kasih sayang, doa, dan motivasi agar mencapai kesuksesan;
2. Saudaraku, Kakak dan keponakanku tercinta Yolanda, Daffa yang telah memberikan semangat;
3. Alfian Surya Nuramsyah, terima kasih buat semuanya;
4. Almamaterku Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;

MOTTO

Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan entah mereka menyukainya/tidak.

(Aldus Huxley)

Bukan kurangnya pengetahuan yang menghalangi keberhasilan, tetapi tidak cukupnya tindakan. Dan bukan kurang cerdasnya pemikiran yang melambatkan perubahan hidup ini, tetapi kurangnya penggunaan pikiran dan kecerdasan.

(Mario Teguh)

Banyak kegagalan dalam ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Auliyah Afrita Nanda

NIM. : 090910202024

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: “*Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Kandatel Banyuwangi*” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 10 Mei 2013

Yang menyatakan,



Dita Auliyah Afrita Nanda
NIM 090910202024

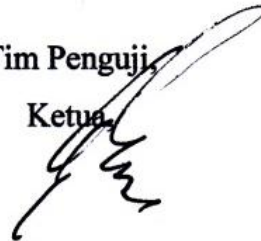
PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy Pada PT. Telkom Kandatel Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada:

hari, tanggal : Rabu, 22 Mei 2013

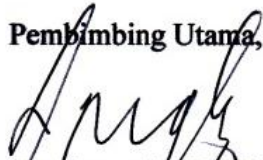
tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji,
Ketua




Dr. Agus Budihardjo, MA
NIP 19520814 198003 1 002

Pembimbing Utama,



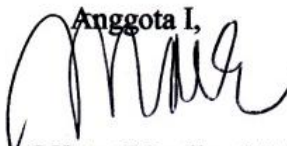
Dr. Sasongko, M.Si
NIP 19570407 198609 1 001

Pembimbing Anggota,



Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP 19610722 198902 1 001

Anggota I,



Drs. I Ketut Mastika, MM
NIP. 19590507 198903 1 002

Anggota II,



Yulinda Dwi H., S.Sos, MAB
NIP 19790919 200812 2 001

Mengesahkan
Dekan



Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 19520727 198103 1 003

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Kandatel Banyuwangi*. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Ilmu Administrasi Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan pengetahuan, kemampuan serta pengalaman yang dimiliki. Namun berkat doa, dukungan, semangat serta bimbingan yang diberikan berbagai pihak. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
2. Dr. Sasongko, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta selaku dosen pembimbing pertama yang membantu pikiran seta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
3. Drs. Poerwanto, MA, selaku Ketua Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember;
4. Drs. Totok Supriyanto, M.Si selaku dosen pembimbing akademik;
5. Drs. Didik Eko Julianto, MAB; selaku dosen pembimbing kedua yang juga memberikan pengarahan dan bimbingan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
6. Semua Dosen yang mengajar kuliah di Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
7. Bapak Rizka Muchtar selaku Asman Customer Care dan semua karyawan PT. Telkom Kandatel Banyuwangi

8. Rekan-rekan mahasiswa di Progam Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember atas kekompakan dan kebersamaan selama ini yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu;

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan laporan ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, Mei 2013

Penulis

RINGKASAN

Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy Pada PT. Telkom Kandatel Banyuwangi; Dita Auliyah Afrita Nanda; 090910202024; 2013; 67 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Karakteristik merek memainkan peran yang vital dalam menentukan apakah pelanggan memutuskan untuk percaya pada suatu merek. Karakteristik perusahaan juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan pada sebuah merek. Pengetahuan konsumen terhadap merek perusahaan kemungkinan akan mempengaruhi penilaiannya terhadap merek perusahaan. Karakteristik pelanggan merek merupakan suatu hubungan tidak satu arah, setiap kelompok saling mempengaruhi dalam hubungan dengan kelompok lain. Sehingga, karakteristik pelanggan-merek dapat mempengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap merek. Karena menariknya permasalahan terkait dengan konsep kepercayaan merek maka banyak sekali penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti, baik melibatkan sebagian atau semua elemen dari kepercayaan merek. Dari dasar itu peneliti tertarik untuk melihat bagaimana Pengaruh Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Pelanggan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Speedy Pada PT. Telkom Kandatel Banyuwangi..

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatori riset kausalistik dan menggunakan metode survey. Teknik sampling yang digunakan yaitu acak (*random sampling*). Data yang diperoleh dari 98 responden selanjutnya ditabulasi dan dianalisis dengan uji regresi linear berganda menggunakan program SPSS versi 14.0.

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa secara simultan ketiga variabel bebas yaitu karakteristik merek (X_1), karakteristik perusahaan (X_2), karakteristik pelanggan merek (X_3) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y). Pengujian secara parsial juga menunjukkan semua variabel satu

persatu memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel bebas yang memberikan pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan adalah karakteristik pelanggan merek yang artinya indikator-indikator yang mendukung program karakteristik pelanggan merek sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
PRAKATA	vii
RINGKASAN	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1.PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian	13
1.4 Lingkup Penelitian	14
BAB 2.TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	15
2.1.2 Pemasaran Jasa	15
2.1.3 Perusahaan	17
2.1.4 Pelanggan	18
2.1.5 Pesaing	18
2.1.6 Publik/Masyarakat	19
2.1.7 Merek	20

2.1.8 Kepercayaan Merek.....	24
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	28
2.1.10 Pengaruh Karakteristik merek, karakteristik perusahaan, karakteristik pelanggan merek terhadap loyalitas	33
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hipotesis Penelitian	37
BAB 3.METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Teknik dan Jenis Penelitian	40
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.4 Definisi Operasional.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Goodness of Fit Model Regresi.....	46
3.7 Teknik Analisa Data.....	46
3.8 Teknik Penarikan Kesimpulan	49
BAB 4.HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	50
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	50
4.1.2 Visi, dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.3 Tujuan Perusahaan	53
4.1.4 Perijinan	53
4.1.5 Struktur Organisasi	54
4.1.6 Jam Kerja Perusahaan	55
4.2 Analisa Data.....	55
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	55
4.2.2 Deskripsi Variabel.....	56
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	61
4.3 Pembahasan	64

BAB 5. PENUTUP	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Pesaing	3
1.2 <i>Market share</i> ISP tahun 2012 se-Indonesia	6
1.3 <i>Market share fixed</i> ISP se-Indonesia	6
1.4 Data penjualan Speedy Banyuwangi	7
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang.....	35
3.1 Definisi Operasional dan Pengukurannya	42
4.1 Demografi Responden	55
4.2 Rangkuman Hasil Analisis Deskriptif Statistik	57
4.3 Ringkasan Hasil Uji Validitas	59
4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
4.5 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.6 Koefisien Korelasi Parsial	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Daftar harga Speedy	2
2.1 Model Analisis.....	38
4.1 Struktur Organisasi PT. Telkom Kandatel Banyuwangi	54
4.2 Job Disc PT. Telkom Kandatel Banyuwangi.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kerangka *sampling*
- Lampiran 2 Kuesioner penelitian
- Lampiran 3 Surat tugas dosen pembimbing
- Lampiran 4 Surat ijin penelitian dari Lembaga Penelitian Universitas
- Lampiran 5 Surat ijin penelitian dari perusahaan
- Lampiran 6 Surat selesai penelitian dari perusahaan
- Lampiran 7 Foto di perusahaan
- Lampiran 8 Foto di toko bangunan
- Lampiran 9 Tabel tabulasi
- Lampiran 10 Data dari *SPSS Software*