



**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP CITRA PT
TELEKOMUNIKASI SELULAR PADA *CUSTOMER SERVICE*
INDIHOME**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

ALVINA FEBRIANA VALEN

44222110027

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP CITRA PT
TELEKOMUNIKASI SELULAR PADA *CUSTOMER SERVICE*
INDIHOME**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

**UNIVERSITAS
ALVINA FEBRIANA VALEN
44222110027
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvina Febriana Valen
NIM : 44222110027
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service IndiHome*” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 Agustus 2026



Alvina Febriana Valen.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Alvina Febriana Valen

NIM : 44222110027

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul "**Pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service* IndiHome**", telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 4 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

Jakarta, 4 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

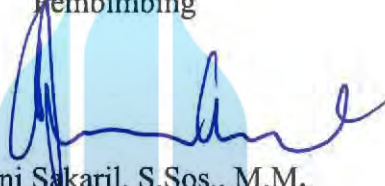
Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Alvina Febriana Valen
NIM : 44222110027
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service* IndiHome

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Juli 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



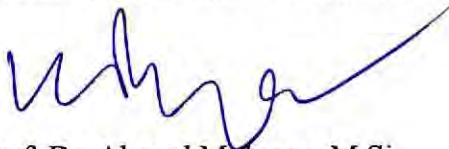
Gufroni Sakaril, S.Sos., M.M.

NIDN: 0322026601

Jakarta, 4 Agustus 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

NIDN: 0301117301

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas seluruh berkah dan rahmat yang telah Dia berikan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik oleh penulis. Penelitian ini berjudul **‘Pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service* IndiHome’** yang disusun sebagai tugas akhir jenjang S1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menjelaskan sejauh mana pengaruh *Service Excellence* terhadap citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service* IndiHome. Hal ini menjadi penting mengingat bagaimana pentingnya penerapan *Service Excellence* pada peran *Customer Service* sebagai salah satu ‘wajah’ perusahaan yang bersinggungan langsung dengan pelanggan. *Customer Service* berperan penting dalam membantu perusahaan menjalin hubungan yang baik dan kuat dengan pelanggan, juga menjadi representasi perusahaan di hadapan publik.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan penulis dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Gufroni Sakaril, S.Sos., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, ilmu, saran, dan kritik yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Novi Erlita, S.Sos., M.A., Ph.D selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pengampu mata kuliah Riset Komunikasi yang telah memberikan ilmu mengenai riset.

6. Bapak Dr Juwono Tri Atmodjo., M.Si selaku dosen pengampu mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif yang telah memberikan ilmu mengenai metode penelitian kuantitatif.
7. Ibu Novia Ika Kusuma, selaku staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi yang sangat membantu proses kelengkapan administrasi dan memberikan informasi seputar perkuliahan kepada penulis.
8. Pihak Telkom Region Center yang telah mengizinkan penulis untuk mengambil data untuk kebutuhan penelitian.
9. Kedua orang tua penulis, ibu Setiabudi Indarwati Tobing dan bapak David Pangihutan yang selalu mencintai, menyayangi, mendukung, serta mendoakan setiap kegiatan penulis.
10. Kak Novita Sari, kakak penulis yang selalu membersamai penulis, mendukung, dan mendoakan setiap kegiatan penulis.
11. Tante Natalia Tobing, tante penulis yang selalu mendukung perkembangan penulis.
12. Sahabat-sahabat penulis dan teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan proposal ini.
13. Diri sendiri, terima kasih sudah berusaha untuk tetap percaya kepada diri sendiri di tengah banyaknya keraguan dan kekhawatiran. Terima kasih kepada diri sendiri karena telah memilih untuk tetap bertahan dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.

Jakarta, 4 Agustus 2026

Penulis



Alvina Febriana Valen

44222110027

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvina Febriana Valen
NIM : 44222110027
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi
Selular pada *Customer Service* IndiHome

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 Agustus 2026

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MERCUBUANA



Alvina Febriana Valen

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP CITRA PT
TELEKOMUNIKASI SELULAR PADA *CUSTOMER SERVICE***

INDIHOME

Alvina Febriana Valen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Service Excellence* terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular pada *Customer Service* IndiHome. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya jumlah pelanggan IndiHome sebagai salah satu penyedia layanan internet rumah terbesar di Indonesia, namun di sisi lain layanan IndiHome masih menjadi sorotan masyarakat terkait kualitas pelayanan, khususnya dalam penanganan keluhan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas *service excellence* yang diberikan oleh *Customer Service* memiliki peran penting dalam membentuk citra perusahaan di mata pelanggan.

Variabel *Service Excellence* yang merupakan variabel independen diukur berdasarkan konsep Batubara (2022) yang terdiri atas dimensi *Attitude*, *Ability*, *Attention*, *Action*, *Accountability*, *Appearance*, *Affirmation*, dan *Sympathy*. Sementara itu, variabel dependen yaitu Citra Perusahaan diukur berdasarkan teori Kotler dan Keller (2012) yang meliputi dimensi *Personality*, *Reputation*, *Value*, dan *Corporate Identity*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik *cluster sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna IndiHome di DKI Jakarta dan pernah menghubungi *Customer Service* IndiHome.

Hipotesis penelitian menyatakan bahwa *Service Excellence* berpengaruh terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis diterima, yaitu *Service Excellence* pada *Customer Service* IndiHome berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra PT Telekomunikasi Selular. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, maka semakin baik pula citra perusahaan yang terbentuk.

Dimensi yang paling dominan dari variabel *Service Excellence* adalah dimensi *Attitude*, sedangkan dimensi paling dominan dari variabel Citra Perusahaan adalah dimensi *Corporate Identity*. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,446 menunjukkan bahwa *Service Excellence* memberikan kontribusi sebesar 44,6% terhadap pembentukan citra PT Telekomunikasi Selular, sedangkan 55,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Service Excellence*, *Customer Service*, Citra Perusahaan, PT Telekomunikasi Selular.

THE EFFECT OF SERVICE EXCELLENCE ON PT TELEKOMUNIKASI SELULAR'S IMAGE IN INDIHOME CUSTOMER SERVICE

Alvina Febriana Valen

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Service Excellence on the Image of PT Telekomunikasi Selular in IndiHome Customer Service. This study is motivated by the high number of IndiHome customers as one of the largest home internet service providers in Indonesia, but on the other hand, IndiHome services are still in the public spotlight regarding service quality, especially in handling customer complaints. This condition indicates that the quality of service excellence provided by Customer Service has an important role in shaping the company's image in the eyes of customers.

The Service Excellence variable, which is the independent variable, is measured based on the concept of Batubara (2022) which consists of the dimensions of Attitude, Ability, Attention, Action, Accountability, Appearance, Affirmation, and Sympathy. Meanwhile, the dependent variable, namely Corporate Image, is measured based on the theory of Kotler and Keller (2012) which includes the dimensions of Personality, Reputation, Value, and Corporate Identity. This study uses a quantitative approach with a survey method and cluster sampling technique. Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents who are IndiHome users in DKI Jakarta and have contacted IndiHome Customer Service.

The research hypothesis states that Service Excellence influences the Image of PT Telekomunikasi Selular. The results of the study indicate that the hypothesis is accepted, namely Service Excellence in IndiHome Customer Service has a positive and significant effect on the image of PT Telekomunikasi Selular. This indicates that the better the quality of service provided to customers, the better the company image is formed.

The most dominant dimension of the Service Excellence variable is the Attitude dimension, while the most dominant dimension of the Corporate Image variable is the Corporate Identity dimension. In addition, the coefficient of determination (R^2) value of 0.446 indicates that Service Excellence contributes 44.6% to the formation of the image of PT Telekomunikasi Selular, while the remaining 55.4% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: Service Excellence, Customer Service, Corporate Image, PT Telekomunikasi Selular.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Kajian Teoritis	26
2.2.1. <i>Public relations</i>	26
2.2.2. Komunikasi Organisasi.....	27
2.2.3. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	28
2.2.4. <i>Customer Service</i>	30
2.2.5. <i>Service Excellence</i>	31
2.3. Hipotesis Teori	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1. Paradigma Penelitian	36
3.2. Metode Penelitian	37
3.3. Populasi & Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel.....	39
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	40

3.4.1. Definisi Konsep.....	40
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data	44
3.5.1. Data Primer	44
3.5.2. Data Sekunder	45
3.5.3. Uji Instrumen.....	45
3.6. Teknik Analisa Data	50
3.6.1. Uji Asumsi Klasik	50
3.6.2. Uji Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Profil IndiHome.....	53
4.1.2 Citra PT Telekomunikasi Selular	54
4.1.3 Responden	54
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Karakteristik Responden	56
4.2.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	82
4.2.4 Uji T	83
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi R^2	83
4.3 Pembahasan	84
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
5.2.1 Saran Akademis.....	92
5.2.2 Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan IndiHome di DKI Jakarta pada Tahun 2024	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	42
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas pada Variabel Service Excellence (X).....	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas pada Variabel Citra Perusahaan (Y).....	47
Tabel 3. 5 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Service Excellence (X) dan Variabel Citra Perusahaan (Y)	49
Tabel 3. 7 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 1 Jumlah Populasi Pelanggan IndiHome Tahun 2024.....	55
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Pernah Menghubungi Customer Service IndiHome Melalui Telepon atau Sosial Media dalam 3 Tahun Terakhir. 57	
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Wilayah Administratif DKI Jakarta	57
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 5 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Service Excellence (X).....	59
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Attitude</i> (Sikap) X1 (<i>Customer Service</i> IndiHome menanggapi keluhan saya dengan ramah).....	60
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Attitude</i> (Sikap) X2 (<i>Customer Service</i> IndiHome menanggapi keluhan saya dengan sopan)	61
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Ability</i> (Kemampuan) X3 (<i>Customer Service</i> IndiHome memiliki pengetahuan yang memadai terkait produk dan layanan IndiHome).....	61
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Ability</i> (Kemampuan) X4 (<i>Customer Service</i> IndiHome mampu berkomunikasi dengan baik)	62
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Ability</i> (Kemampuan) X5 (<i>Customer Service</i> IndiHome memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan saya)	62
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Attention</i> (Perhatian) X6 (<i>Customer Service</i> IndiHome responsif terhadap keluhan dan kebutuhan saya)	63
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Attention</i> (Perhatian) X7 (<i>Customer Service</i> IndiHome mendengarkan keluhan saya dengan baik)	64
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Attention</i> (Perhatian) X8 (<i>Customer Service</i> IndiHome memahami kebutuhan saya)	64
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi <i>Action</i> (Tindakan) X9 (<i>Customer Service</i> IndiHome cepat dalam menindaklanjuti keluhan saya)	65

Tabel 4. 16 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Action (Tindakan) X10 (Customer Service IndiHome tepat dalam menangani keluhan saya).....	65
Tabel 4. 17 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Action (Tindakan) X11 (Customer Service IndiHome menyelesaikan permintaan saya dengan efisien)	66
Tabel 4. 18 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Accountability (Tanggung Jawab) X12 (Customer Service IndiHome bertanggung jawab atas pelayanan yang diberikan).....	66
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Accountability (Tanggung Jawab) X13 (Customer Service IndiHome memenuhi komitmen dalam melayani saya).....	67
Tabel 4. 20 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Appearance (Penampilan) X14 (Customer Service IndiHome menyampaikan informasi dengan jelas)	67
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Appearance (Penampilan) X15 (Customer Service IndiHome menunjukkan sikap profesional)	68
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Appearance (Penampilan) X16 (Customer Service IndiHome berbicara dengan artikulasi yang jelas)	69
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Affirmation (Penegasan) X17 (Customer Service IndiHome berbicara dengan kecepatan yang mudah dipahami).....	69
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Affirmation (Penegasan) X18 (Customer Service IndiHome menggunakan bahasa yang menghargai pelanggan)	70
Tabel 4. 25 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Sympathy (Simpati) X19 (Customer Service IndiHome menunjukkan empati terhadap keluhan saya) 70	
Tabel 4. 26 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Sympathy (Simpati) X20 (Customer Service IndiHome memberikan dukungan dalam menyelesaikan keluhan saya).....	71
Tabel 4. 27 Hasil Tabulasi Jawaban Responden Variabel X (Service Excellence)	71
Tabel 4. 28 Tanggapan Responden Variabel Citra Perusahaan (Y).....	73
Tabel 4. 29 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Personality (Kepribadian) Y1 (PT Telekomunikasi Selular merupakan perusahaan yang dapat dipercaya)	74
Tabel 4. 30 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Personality (Kepribadian) Y2 (PT Telekomunikasi Selular memiliki tanggung jawab sosial yang baik).....	75
Tabel 4. 31 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Personality (Kepribadian) Y3 (PT Telekomunikasi Selular memiliki keunggulan dibandingkan pesaing)	75
Tabel 4. 32 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Reputation (Reputasi) Y4 (Saya merasa aman bertransaksi dengan PT Telekomunikasi Selular)	76

Tabel 4. 33 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Reputation (Reputasi) Y5 (Saya merasa puas terhadap kualitas layanan PT Telekomunikasi Selular) ...	77
Tabel 4. 34 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Reputation (Reputasi) Y6 (PT Telekomunikasi Selular memenuhi janji kepada pelanggan)	77
Tabel 4. 35 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Value (Nilai) Y7 (PT Telekomunikasi Selular peduli terhadap kebutuhan pelanggan).....	78
Tabel 4. 36 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Value (Nilai) Y8 (PT Telekomunikasi Selular merespons keluhan pelanggan dengan cepat)	78
Tabel 4. 37 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Value (Nilai) Y9 (PT Telekomunikasi Selular terlihat memiliki budaya kerja yang positif).....	79
Tabel 4. 38 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Corporate Identity (Identitas Perusahaan) Y10 (Logo, warna, dan slogan PT Telekomunikasi Selular mudah dikenali)	79
Tabel 4. 39 Tanggapan Responden atas Pernyataan Dimensi Corporate Identity (Identitas Perusahaan) Y11 (Identitas Visual PT Telekomunikasi Selular mencerminkan profesionalisme perusahaan).....	80
Tabel 4. 40 Hasil Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Perusahaan (Y) .	81
Tabel 4. 41 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	82
Tabel 4. 42 Hasil Uji T	83
Tabel 4. 43 Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	83



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 IndiHome mendapat penghargaan Stevie Award 2023	7
Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan Mengenai Layanan Provider Internet IndiHome (Sumber: x.com).....	8



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	97
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	97
Lampiran 2. Karakteristik Responden	102
Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Responden	104
Lampiran 4. Hasil <i>Output</i> Kuesioner.....	108
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas Variabel Service Excellence (X)	116
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas & Uji Reliabilitas Variabel Citra Perusahaan (Y)	117
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas	118
Lampiran 8. Uji Regresi Linear Sederhana	118
Lampiran 9. Uji t.....	118
Lampiran 10. Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	119
Lampiran 11. Tabel R Hitung dan Tabel T Hitung	119
Lampiran 12. <i>Curriculum Vitae</i>	121

