



**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
LAYANAN TELEPON SELULER ESIA
(STUDI KASUS DI KABUPATEN DAN
KOTA TANGERANG)**

TESIS
UNIVERSITAS
MERCU BUANA
OLEH:

SUSANTO

NIM 55111110247

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**



**PENGARUH EKUITAS MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
LAYANAN TELEPON SELULER ESIA
(STUDI KASUS DI KABUPATEN DAN
KOTA TANGERANG)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen**

OLEH:

SUSANTO

NIM 55111110247

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCA SARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
2014**

PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Telepon Seluler Esia (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Tangerang)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Susanto

NIM : 55111110247

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 18 Juli 2014

Pembimbing



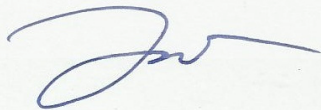
Dr. Mudji Sabar, MBA

Mengesahkan :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Pascasarjana

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Prof. Dr. Didik J. Rachbini



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Telepon Seluler Esia (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Tangerang)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Susanto

NIM : 55111110247

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : 18 Juni 2014

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang diterapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 18 Juni 2014



Susanto

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul **“Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Telepon Seluler Esia (Studi Kasus di Kabupaten dan Kota Tangerang)”**. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya atas bantuan dan kerjasamanya tersebut. Penghargaan dan ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Mudji Sabar, MBA sebagai Pembimbing Utama Tesis yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS sebagai Dosen Penelaah Seminar Proposal Tesis
3. Bapak Dr. Adi Nurjadi, MBA sebagai Dosen Penguji Sidang Tesis
4. Ibu Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Sidang Ujian Tesis, juga selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen
5. Bapak Prof. Dr. Didik J. Rachbini, selaku Direktur Pasca Sarjana
6. Orang Tua tercinta, Ibu Soerati, terima kasih atas doa, kasih sayang dan dukungan yang selalu tercurah pada ananda

7. Istri tercinta Shanty Feriana dan putra-putriku: Ihsan, Azam, Amar, Tsabitah, Keluarga Besar Sadino (Alm) dan Keluarga Besar M. Djupriadi (Alm) yang telah memberikan dukungannya
8. Kepada teman-teman kuliah Magister Manajemen, terima kasih atas semua kenangan yang indah dan diskusi yang tak terlupakan.

Kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan. Namun demikian, penulis berharap semoga karya kecil penulis ini dapat bermanfaat bagi semua yang memerlukan.



Jakarta, Juni 2014

SUSANTO, STP

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	9
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	10
1.3.1. Maksud Penelitian	10
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.2. Kegunaan Penelitian	11
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	
2.1. Sejarah Perusahaan.....	12
2.2. Lingkup Bidang Usaha	16

2.3.	Sumber Daya	17
2.4.	Tantangan Bisnis	17
2.5.	Program Peningkatan Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan	18
BAB III KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS		
3.1.	Kajian Teori	21
3.1.1.	Ekuitas Merek.....	21
	3.1.1.1. <i>Brand Awareness</i>	25
	3.1.1.2. <i>Brand Image</i>	26
3.1.2.	Kualitas Pelayanan.....	28
3.1.3.	Kepuasan Pelanggan.....	30
3.2.	Penelitian Terdahulu	33
3.3.	Kerangka Pemikiran.....	36
	3.3.1. Variabel, Dimensi, dan Indikator Variabel	36
3.4.	Hipotesis.....	37
BAB IV METODE PENELITIAN		
4.1.	Jenis Desain Penelitian.....	38
4.2.	Ruang Lingkup	38
4.3.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
4.4.	Pendekatan Penelitian	39
4.5.	Variabel Penelitian.....	39
	4.5.1. Definisi Konsep.....	39
	4.5.2. Definisi Operasional	42

4.6.	Populasi dan Sampel	45
4.6.1.	Populasi	45
4.6.2.	Sampel.....	46
4.7.	Jenis dan Sumber Data	47
4.8.	Teknik Analisis Data.....	48
4.8.1.	Pengujian Reliabilitas dan Validitas	49
4.8.2.	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.8.2.1.	Uji Normalitas.....	49
4.8.2.2.	Uji Heteroskedastisitas	50
4.8.2.3.	Uji Multikolinearitas	50
4.8.2.4.	Uji Regresi secara Parsial (uji t)	50
4.8.2.5.	Uji Regresi secara Serempak (Uji F).....	51
4.8.2.6.	Koefisien Determinasi	51
4.8.3.	Regresi Linier	52
4.8.3.1.	Regresi Linier Berganda.....	52
4.8.4.	Analisis Dimensi.....	53
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
5.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
5.2.	Hasil Penelitian	56
5.2.1.	Penyajian Data.....	57
5.2.2.	Analisis Data	57
5.2.2.1.	Uji Instrumen	57
5.2.2.2.	Analisis Data Karakteristik Responden...	63

5.2.2.3. Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	68
5.2.2.4. Uji Asumsi Klasik.....	70
5.2.2.4.1. Uji Normalitas.....	70
5.2.2.4.2. Uji Multikolinieritas.....	71
5.2.2.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	72
5.2.2.4.4. Uji Koefisien Korelasi (r)	74
5.2.2.4.5. Regresi Linier Berganda.....	75
5.2.2.5. Matriks Korelasi antar Dimensi.....	81
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	85
6.2. Rekomendasi.....	86
6.3. Untuk Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	91
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Data Jumlah Pengguna Telepon Seluler di Indonesia Tahun 2011	2
Tabel 1.2.	Perbandingan antara CDMA dan GSM	4
Tabel 1.3.	Hal-hal yang Menjadi Faktor Ketidakpuasan Pelanggan terhadap Produk Telepon Esia.....	8
Tabel 3.1.	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 4.1.	Definisi Konsep Penelitian berdasarkan Kerangka Teori yang Digunakan	40
Tabel 4.2	Operasionalisasi Variabel menjadi Dimensi, Indikator dan Pernyataan-pernyataan pada Quisioner	43
Tabel 4.3.	Matriks Korelasi antar Dimensi Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
Tabel 4.4.	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi....	54
Tabel 5.1.	Validitas Butir Pernyataan Ekuitas Merek.....	59
Tabel 5.2.	<i>Reliability Statistics Brand Equity</i>	59
Tabel 5.3.	Validitas Butir Pernyataan Kualitas Pelayanan.....	60
Tabel 5.4.	<i>Reliability Statistics Kualitas Pelayanan</i>	61
Tabel 5.5.	Validitas Butir Pernyataan Kepuasan Pelanggan	62
Tabel 5.6.	<i>Reliability Statistics Kepuasan Pelanggan</i>	62
Tabel 5.7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	63
Tabel 5.8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 5.9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65
Tabel 5.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66

Tabel 5.11. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	67
Tabel 5.12. Statistik Deskriptif Data Penelitian	68
Tabel 5.13. Uji Multikolinieritas	72
Tabel 5.14. Korelasi Ekuitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan	74
Tabel 5.15. Korelasi Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 5.16. Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan Bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan	76
Tabel 5.17. Koefisien Determinan (R^2) Ekuitas Merek dan Kualitas..... Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
Tabel 5.18. Uji F Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
Tabel 5.19. Matriks Korelasi antar Dimensi Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Jumlah Pelanggan Telepon Seluler GSM Vs CDMA Tahun 2012	3
Gambar 1.2	Grafik Data Survey terhadap 100 Pengguna Telepon Seluler di Kabupaten dan Kota Tangerang Tahun 2013.....	5
Gambar 1.3.	Survey Pendahuluan Tingkat Kepuasan Pelanggan Telepon Esia Tahun 2013	7
Gambar 3.1.	Kerangka Berfikir Penelitian.....	36
Gambar 5.1.	Uji Normalitas	71
Gambar 5.2.	Uji Heteroskedastisitas	73
Gambar 5.3.	Penentuan Daerah Kritis Pengaruh Ekuitas Merek terhadap... Kepuasan Pelanggan.....	78
Gambar 5.4.	Penentuan Daerah Kritis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	79

MERCU BUANA