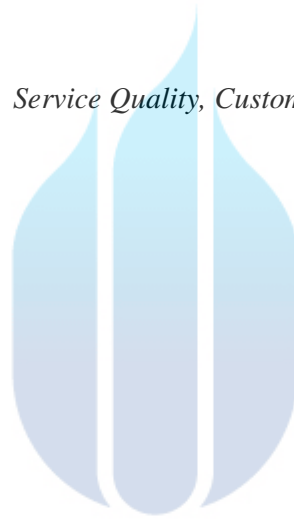


ABSTRACT

This paper has a purpose to determine the significantly effect of brand equity and service quality to customer satisfaction of mobile phone user Esia, case study at Kabupaten and Kota Tangerang. The method used is descriptive explanative analysis and using non probability sampling, by incidental sampling to determine the number of samples. From the analysis of the data found that the brand equity influence positively and significantly effect to customer satisfaction. The service quality influence positively and signifikanly effect to customer satisfaction. Simultaneously both brand equity and service quality have a significant effect to customer satisfaction.

Keywords: *Brand Equity, Service Quality, Customer Satisfaction*



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Tesis ini bertujuan untuk mengetahui kuat pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna jasa layanan telepon seluler Esia di Kabupaten dan Kota Tangerang. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif eksplanatif dan menggunakan *non probability sampling*, yaitu sampling insidental untuk menentukan jumlah sampel. Dari hasil analisis data ditemukan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Jika diuji bersama-sama, Ekuitas Merek dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA