

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PENGGUNA WIFI  
RUMAH X PADA MASYARAKAT DKI JAKARTA**

**SHOFIYAH NURUL IDZNI  
(1707617082)**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SERVICE QUALITY  
TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION OF WIFI USERS X ON  
DKI JAKARTA'S CITIZEN***

**SHOFIYAH NURUL IDZNI  
(1707617082)**



***Thesis is Organized As One of The Requirements of Obtaining Bachelor of  
Education at Faculty Economics State University of Jakarta***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

**2021**

## ABSTRAK

**SHOFIYAH NURUL IDZNI.** Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Wifi Rumah X Pada Masyarakat DKI Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna wifi rumah IndiHome. Data diperoleh melalui kuesioner secara *purposive sampling* kepada 250 responden pengguna wifi rumah IndiHome di wilayah DKI Jakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan hasil uji t menandakan jika citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ . Analisis koefisien determinasi pada variabel citra merek memiliki nilai *R Square* sebesar 0,449 atau 44,9% yang artinya variabel citra merek memiliki kemampuan menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 44,9% sedangkan 55,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *R Square* sebesar 0,441 atau 44,1% yang artinya variabel kualitas pelayanan memiliki kemampuan menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 44,1% sedangkan 55,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

**SHOFIYAH NURUL IDZNI.** *The Influence of Brand Image and Service Quality on Customer Satisfaction of Home X Wifi Users On DKI Jakarta'S Citizen: Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta, 2021.*






*This study aims to determine the effect of brand image and service quality on customer satisfaction of IndiHome home wifi users. The data was obtained through a purposive sampling questionnaire to 250 respondents who use IndiHome home wifi in the DKI Jakarta area. The analysis technique used is simple linear regression with t test results indicating that brand image and service quality partially have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of  $<0.05$ . The analysis of the coefficient of determination on the brand image variable has an R Square value of 0.449 or 44.9%, which means that the brand image variable has the ability to explain customer satisfaction of 44.9% while the remaining 55.1% is influenced by other variables. The service quality variable has an R Square value of 0.441 or 44.1%, which means that the service quality variable has the ability to explain customer satisfaction by 44.1% while the remaining 55.9% is influenced by other variables.*

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



## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### Lembar Pengesahan Skripsi

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Ati Sumiati, S.Pd.,M.Si NIP. 197906102008012028 (Ketua Penguji)		13/08/2021
2	Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Penguji 1)		19/08/2021
3	Drs. Nurdin Hidayat, M.M.,M.Si NIP. 196610302000121001 (Penguji 2)		18/08/2021
4	Dra. Basrah Saidani, M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		20/08/2021
5	Nadya Fadillah F., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Pembimbing 2)		19/08/2021

Nama : Shofiyah Nurul Idzni  
No. Registrasi : 1707617082  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 9 Agustus 2021

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020



## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademi sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2021

Yang Membuat Pernyataan



Shofiyah Nurul Idzni

NIM. 1707617082

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shofiyah Nurul Idzni  
NIM : 1707617082  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis  
Alamat email : shofiyah.nurul@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :  
*Pengaruh Brand Image dan Service Quality terhadap Customer Satisfaction Pengguna Wifi Rumah X Pada Masyarakat DKI Jakarta*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 Agustus 2021

(Shofiyah Nurul Idzni)

## LEMBAR PERSEMBAHAN

Motto:

*“Khoirunnaas anfa'ahum linnaas”*

*Artinya: Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain*

(H.R. Ahmad, Ath-Thabrani, Al Daruqutni)

*“Yar fa`illahul ladziina amanuu minkum wal ladziina uutul`ilma darajaat”*

*Artinya: Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat (Q.S. Al Mujadalah: 11)*

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta saya Bapak dan Mama serta kakak-kakak tersayang saya yaitu Mas, Uni dan juga Mas Hanif dan juga Said dan Sakhiya yang selalu memberikan dukungan, dorongan, dan hiburan selama proses penyusunan skripsi ini. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk diri saya sendiri yang sudah kuat berjuang selama ini.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Wifi Rumah X Pada Masyarakat DKI Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Selain itu Peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran, dan dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, ilmu, arahan, saran, serta dukungan dalam membimbing penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.

4. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
5. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univeristas Negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya bapak/ibu Dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Teman-teman terdekat saya Chaca, Jawe, Malikah, Cellin, Pepe, Citra, Winda, dan Ajeng yang telah mendukung dan menemani saya selama di perkuliahan dan seluruh teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah memberikan dukungan dan bantuan.
8. Diri sendiri yang selama ini sudah bersabar dan berjuang menghadapi segala situasi dan keadaan selama ini.

Dalam penulisan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan baik segi materi maupun penyampaian. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2021



Peneliti

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1 Teori Pendukung.....	13
2.1.1 Deskripsi Konseptual .....	13
2.1.2 Hasil Penelitian yang Relevan .....	27
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	41
2.2.1 Kerangka Teoritik .....	41
2.2.2 Perumusan Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN .....	45

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian .....	45
3.1.1	Tempat Penelitian .....	45
3.1.2	Waktu Penelitian .....	45
3.2	Desain Penelitian .....	45
3.2.1	Metode .....	45
3.2.2	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	46
3.3	Populasi dan Sampel .....	47
3.3.1	Populasi.....	47
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.4.1	Variabel <i>Dependent</i> (Variabel Y) .....	48
3.4.2	Variabel <i>Independent</i> (Variabel X1).....	53
3.4.3	Variabel <i>Independent</i> (Variabel X2).....	57
3.5	Teknik Analisis Data.....	62
3.5.1	Uji Persyaratan Analisis.....	62
3.5.2	Uji Hipotesis .....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		67
4.1	Deskripsi Data .....	67
4.1.1	Profil Responden.....	67
4.2	Profil Data .....	72
4.2.1	Data <i>Customer Satisfaction</i> .....	73
4.2.2	Data <i>Brand Image</i> .....	76
4.2.3	Data <i>Service Quality</i> .....	80
4.3	Pengujian Hipotesis .....	84
4.3.1	Uji Persyaratan Analisis.....	84
4.3.2	Uji Hipotesis .....	90
4.4	Pembahasan .....	96



4.4.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	96
4.4.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	98
BAB V PENUTUP.....		100
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Implikasi.....	101
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	102
5.4	Rekomendasi Penelitian Selanjutnya .....	102
5.5	Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA .....		105
LAMPIRAN.....		113





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penetrasi Pengguna Internet 2018-2019.....	2
Gambar 1. 2 Fakta unik IndiHome dalam angka .....	3
Gambar 1. 3 Wifi rumah yang digunakan masyarakat DKI.....	5
Gambar 1. 4 IndiHome memiliki citra merek yang baik .....	6
Gambar 1. 5 Kendala yang dirasakan pengguna IndiHome.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Teori dan Hipotesis.....	44
Gambar 3. 1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	46
Gambar 4. 4 Uji Normalitas ( <i>Probability Plot</i> ) X1 terhadap Y .....	86
Gambar 4. 5 Uji Normalitas ( <i>Probability Plot</i> ) X2 terhadap Y .....	86



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Kategori Telekomunikasi (ISP FIXED).....	4
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen <i>Customer Satisfaction</i> .....	49
Tabel 3. 2 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i> .....	50
Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen <i>Brand Image</i> .....	54
Tabel 3. 4 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i> .....	54
Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen <i>Service Quality</i> .....	58
Tabel 3. 6 Alternatif Jawaban <i>Skala Likert</i> .....	59
Tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan .....	66
Tabel 4. 1 Sebaran Wilayah Domisili Responden .....	67
Tabel 4. 2 Sebaran Usia Responden.....	68
Tabel 4. 3 Sebaran Jenis Kelamin Responden .....	69
Tabel 4. 4 Sebaran Pendidikan Terakhir Responden .....	69
Tabel 4. 5 Sebaran Pekerjaan Responden .....	70
Tabel 4. 6 Sebaran Pengeluaran Bulanan Responden.....	71
Tabel 4. 7 Sebaran Lama Berlangganan Responden.....	72
Tabel 4. 8 Statistika Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i> .....	74
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	74
Tabel 4. 10 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel Y .....	75
Tabel 4. 11 Statistika Deskriptif <i>Brand Image</i> .....	77
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i> .....	78
Tabel 4. 13 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel X1 .....	78
Tabel 4. 14 Statistika Deskriptif <i>Service Quality</i> .....	81
Tabel 4. 15 Distribusi Frekuensi <i>Service Quality</i> .....	82
Tabel 4. 16 Rata-rata Hitung Skor Indikator Variabel X2.....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1,X2.....	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Linieritas antara Y dengan X1 .....	87

Tabel 4. 19 Hasil Uji Linieritas antara Y dengan X2.....	88
Tabel 4. 20 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	89
Tabel 4. 21 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Sederhana .....	90
Tabel 4. 22 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	91
Tabel 4. 23 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	92
Tabel 4. 24 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i> .....	93
Tabel 4. 25 Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Pearson</i> .....	94
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y .....	95
Tabel 4. 27 Hasil Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y .....	96



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Skripsi .....	113
Lampiran 2 Lembar Saran dan Perbaikan Skripsi.....	114
Lampiran 3 Kuesioner Survei Awal.....	115
Lampiran 4 Uji Coba Kuesioner Penelitian .....	119
Lampiran 5 Uji Validitas Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	129
Lampiran 6 Uji Validitas Data Variabel <i>Service Quality</i> (X2).....	130
Lampiran 7 Uji Validitas Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	131
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Brand Image</i> (X1).....	132
Lampiran 9 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Service Quality</i> (X2) .....	133
Lampiran 10 Uji Reliabilitas Data Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	134
Lampiran 11 Kuesioner Uji Final .....	135
Lampiran 12 Data Uji Final <i>Brand Image</i> (X1).....	145
Lampiran 13 Data Uji Final <i>Service Quality</i> (X2).....	151
Lampiran 14 Data Uji Final <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	157
Lampiran 15 Deskripsi Data <i>Brand Image</i> (X1).....	163
Lampiran 16 Deskripsi Data <i>Service Quality</i> (X2).....	164
Lampiran 17 Deskripsi Data <i>Customer Satisfaction</i> (Y) .....	165
Lampiran 18 Hasil Output SPSS Uji Normalitas.....	166
Lampiran 19 Uji Linieritas.....	168
Lampiran 20 Perhitungan Persamaan Regresi Sederhana.....	169
Lampiran 21 Uji Signifikans Parsial (Uji t) .....	170
Lampiran 22 Perhitungan Korelasi <i>Pearson</i> .....	171
Lampiran 23 Perhitungan Koefisien Determinasi.....	172
Lampiran 24 Tabel t.....	173