

Konsentrasi/Bidang Minat:

Pemasaran

**PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN BRAND  
LOYALTY* TERHADAP  
*BRAND EQUITY* PADA PELANGGAN KARTU PRABAYAR  
SIMPATI  
DI SURABAYA**



Disusun Oleh :  
TIMOTHY HUSTTON SETIAWAN  
3103011308

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
TAHUN 2018**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN BRAND LOYALTY* TERHADAP *BRAND EQUITY* PADA PELANGGAN KARTU PRABAYAR SIMPATI  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Jurusan Manajemen

**OLEH :**

Timothy Hustton Setiawan

3103011308

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**TAHUN 2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Timothy Hustton Setiawan

NRP : 3103011308

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Loyalty* Terhadap *Brand Equity* Pada Pelanggan Kartu Prabayar Simpati Di SURABAYA

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya tulis ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juli 2018 -  
Yang menyatakan

  
  
( Timothy Hustton Setiawan - )

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

### PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP *BRAND EQUITY* PADA PELANGGAN KARTU PRABAYAR SIMPATI DI SURABAYA

Oleh :

Timothy Hustton Setiawan

3103011308

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Arini, SE, MM

Tanggal:..... Juli 2018.....

Pembimbing II,

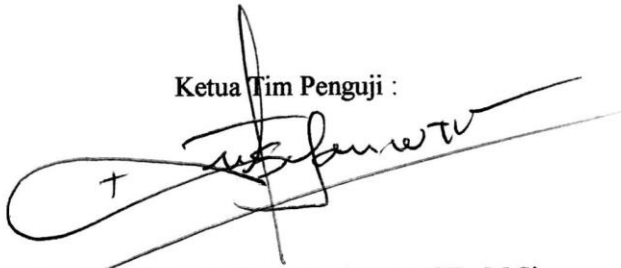
Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM

Tanggal:..... Juli 2018.....

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Timothy Hustton Setiawan NRP. 3103011308  
Telah diuji pada tanggal 2 Agustus 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji :

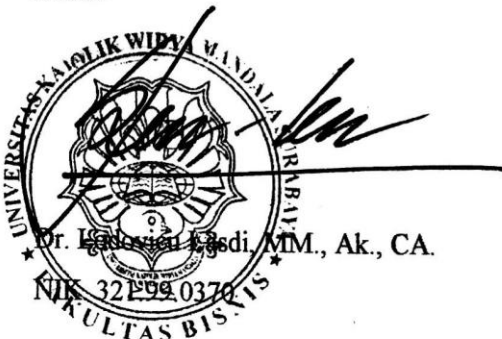


Dr. A. Y. Yan Wellyan Toni Putra, SE., M.Si.

NIK. 311.97.0285

Mengetahui :

Dekan



Dr. I Gusti Gede Widiarta, MM., Ak., CA.  
NIK. 321990370

Ketua Jurusan,



Robertus Sigit, M.Sc., S

NIK. 311.11.0678

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala bantuan, penyertaannya, kasih, dan bimbingan selama tugas akhir ini. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai syarat kelulusan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selama penyusunan tugas akhir ini penulis telah menerima banyak masukan dan bimbingan, serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Robertus Sigit HI., SE. MSc selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan banyak petunjuk dan kesempatan yang sangat berharga selama penelitian berlangsung.
2. Arini, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pemikirannya untuk memberikan petunjuk dan pemikiran yang sangat berharga selama penelitian berlangsung sehingga terselesaikannya penulisan tugas akhir ini.
3. Dra. Ec. Maria Goretti Temengkol, MM. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk dan pemikiran yang sangat berharga selama penelitian berlangsung sehingga terselesaikannya penulisan tugas akhir ini.

4. Orang tua saya Bapak Tanto Setiawan dan Ibu Lily Ningsih, serta saudara saya yang telah mendukung dan *support* kepada saya secara moral dan waktu.
5. Teman-teman yang telah membantu memberikan semangat dan meluangkan waktu hingga terselesaikannya tugas akhir ini dan pihak-pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu.
6. Semua teman di kampus, terima kasih atas setiap kontribusi yang sudah diberikan kepada penulis. Baik berupa motivasi, kritik, dan dukungan yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu kritik maupun saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB 2. TINJUAN PUSTAKA</b> .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10



2.2 Landasan Teori .....	11
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	23
2.4 Model Penelitian.....	25
2.5 Hipotesis.....	26
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Identifikasi Variabel.....	27
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.8 Teknik Analisis Data .....	31
3.9 Prosedur Pengujian Hipotesis Statistik.....	35
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Karakteristik Responden.....	37
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	38
4.3 Uji Kecocokan Model.....	43
4.4 Uji Kesesuaian Model.....	45
4.5 Analisis Regresi dan Hasil Pengujian Hipotesis.....	48
4.6 Pembahasan.....	52
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>55</b>
5.1 Simpulan.....	55
5.2 Saran.....	56

## **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	15
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	26

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Market Share</i> Operator Prabayar Di Indonesia tahun 2013-2017.....	2
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	10
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Kartu Prabayar Simpati.....	37
Tabel 4.3 Interval Rata-Rata Skor.....	38
Tabel 4.4 Hasil penilaian rata-rata variabel <i>Brand Awareness</i> (X1).....	39
Tabel 4.5 Hasil penilaian rata-rata variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	40
Tabel 4.6 Hasil penilaian rata-rata variabel <i>Brand Loyalty</i> (X3).....	41
Tabel 4.7 Hasil penilaian rata-rata variabel <i>Brand Equity</i> (Y).....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4.10 Uji Asumsi Multikolinearitas Variabel Penelitian.....	45
4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Penelitian.....	46

4.12 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi Variabel Penelitian.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji F Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji t Variabel Penelitian.....	50

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Loyalty* Terhadap *Brand Equity* Pada Pelanggan Kartu Prabayar SIMPATI Di Surabaya**

Simpati merupakan salah satu produk provider prabayar milik Telkomsel yang pertama kali diluncurkan tahun 1997. Simpati merupakan operator prabayar yang memiliki kualitas sinyal terbaik di berbagai pelosok daerah dan merupakan kepercayaan pelanggan sejak pertama kali diluncurkan karena produk Telkomsel mempunyai citra yang baik dimata konsumen. Dengan wajah baru, simpati kini semakin memberikan berbagai kemudahan berkomunikasi untuk pelanggan setia dengan gaya hidup modern. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *brand awareness*, *brand image* dan *brand loyalty* pada *brand equity* pada pelanggan kartu prabayar Simpati di Surabaya. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data adalah menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Peneliti akan membagikan kuesioner secara langsung kepada masyarakat di Surabaya sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand loyalty* berpengaruh signifikan terhadap *brand equity*. Sedangkan *brand awareness* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand equity*.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Brand Equity*

## **ABSTRACT**

### ***The Effect of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Brand Equity on Prepaid Card Customers SIMPATI In Surabaya***

*Simpati is one of Telkomsel's first pre-paid provider products launched in 1997. Simpati is a prepaid operator that has the best signal quality in various corners of the region and is a customer's trust since it was first launched because Telkomsel products have a good image in the eyes of consumers. With a new face, Simpati is now increasingly providing various ease of communicating to loyal customers with modern lifestyle. The purpose of this study is to examine and analyze the effect of brand awareness, brand image and brand loyalty on brand equity in Simpati prepaid card customers in Surabaya. The tool used for data collection is using survey methods conducted by distributing questionnaires. Researchers will distribute questionnaires directly to the community in Surabaya as many as 100 respondents with purposive sampling technique. Data analysis technique used in this research is Multiple Linear Regresi. The result of the research indicate that brand image and brand loyalty have significant effect to brand equity. While brand awareness has no significant effect on brand equity.*

*Keywords : Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, Brand Equity.*