



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* INDIHOME**

**SKRIPSI**

**EMILYA DWI HAPSARI 2010111059**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* INDIHOME**

**SKRIPSI**

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

**EMILYA DWI HAPSARI 2010111059**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Emilya Dwi Hapsari

NIM : 2010111059

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Emilya Dwi Hapsari)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Emilya Dwi Hapsari  
NIM : 2010111059  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh *Brand Image, Price Dan Service Quality*  
Terhadap *Customer Satisfaction* Indihome**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Desember 2023

Yang menyatakan

  
(Emilya Dwi Hapsari)

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* INDIHOME**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**EMILYA DWI HAPSARI 2010111059**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 12 Desember 2023**

**Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Lina Arivani, SE., M.M**  
**Ketua Penguji**



**Dra. Bernadin Dwi M, MM., CPM**  
**Penguji I**



**Drs. Nobelson, MM., CPM**  
**Penguji II (Pembimbing)**



**Df. Jabaedah, SE., M.M**  
**Dekan**



**Siti Hidayati, SE., M.M**  
**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 12 Desember 2023

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *SERVICE QUALITY*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* INDIHOME**

By Emilya Dwi Hapsari

***Abstract***

*This research is research with a quantitative approach which aims to find out whether there is an influence between the variables of brand image, price and Service Quality on Indihome Customer satisfaction. This research has as its object Indihome users who live in Depok with a sample size of 100 respondents using a purposive sampling technique. The analysis technique uses path analysis with the help of SmartPLS 4.0 as data processing software. The results obtained are that (1) Brand image has a positive and significant effect on Indihome Customer satisfaction. (2) Price has a positive and significant effect on Indihome Customer satisfaction. (3) Service Quality has a positive and significant effect on Indihome Customer satisfaction.*

*Keywords: Brand image, Price, Service Quality, and Customer satisfaction.*

# **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* INDIHOME**

Oleh Emilyya Dwi Hapsari

## **Abstrak**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk melihat, mengetahui dan menganalisis apakah terdapat pengaruh antara variabel *brand image*, *price*, dan *service quality* terhadap *customer satisfaction* Indihome. Penelitian ini memiliki objek pengguna Indihome yang berdomisili di Depok dengan jumlah sampel 100 responden dengan Teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan *path analysis* dengan bantuan SmartPLS 4.0 sebagai software pengolah data. Hasil yang diperoleh bahwa (1) *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction* Indihome. (2) *Price* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction* Indihome.(3) *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer satisfaction* Indihome.

**Kata Kunci** : *Brand image*, *Price*, *Service Quality*, dan *Customer satisfaction*.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Pada hari Selasa, 12 Desember 2023 telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Emilya Dwi Hapsari  
Nomor Induk Mahasiswa : 2010111059  
Program Studi : Manajemen S.1

(PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRICE*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP CUSTOMER  
SATISFACTION INDIHOME)

Dinyatakan yang bersangkutan ~~Tidak Lulus~~ Lulus\*)

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji                 | Jabatan       | Tanda Tangan |
|----|-------------------------------|---------------|--------------|
| 1  | Lina Ariyani, SE., MM         | Ketua Penguji | 1.           |
| 2  | Dra. Bernadin Dwi M, MM., CPM | Anggota I     | 2.           |
| 3  | Drs. Nobelson, MM., CPM       | Anggota II**) | 3.           |

Keterangan:

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PARAKATA

Puji serta syukur peneliti panjatkan kepada Allah swt. Karena atas rahmat dan limpahan karunia-Nya peneliti dapat menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand image, Price, dan Service Quality* Terhadap *Customer satisfaction* Indihome” Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad saw beserta seluruh keluarga dan sahabatnya. Penulisan usulan penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen yang tentunya banyak keterlibatan banyak pihak yang turut berperan dalam penyusunannya. Oleh karena itu penyusun mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak, yaitu :

1. Ibu Dr. Jubaedah., SE., MM Selaku Dekan FEB UPN “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM, selaku Ketua Jurusan manajemen
3. Siti Hidayati., SE., MM Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang senantiasa membantu mengarahkan penyusunan usulan penelitian ini.
4. Bapak Nobelson, MM., CPM selaku pembimbing yang telah memberikan banyak arahan sehingga penyusunan usulan penelitian ini dapat berjalan baik.
5. Bapak Drs. Syarif Ali, M.Si., CHRP selaku dosen pembimbing akademik yang banyak membantu dalam permasalahan akademik.
6. Secara khusus peneliti memberikan ucapan terimakasih kepada Bapak dan Ibu peneliti yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta pengorbanan sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik.
7. Ucapan terimakasih juga diberikan kepada teman dekat, semua sahabat yang telah banyak berperan dalam memberikan dukungan, doa serta motivasi pada saat menyusun usulan penelitian ini.

Peneliti menyadari dalam penulisan usulan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis dengan pikiran terbuka penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan menyempurnakan usulan penelitian ini.

Jakarta, 12 Desember 2023

Emilya Dwi H

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN SAMPUL</b> .....                              | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS</b> .....              | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....               | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                          | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                    | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                     | <b>vii</b>  |
| <b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....                  | <b>viii</b> |
| <b>PARAKATA</b> .....                                    | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                               | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....                             | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                           | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang.....                               | 1           |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                             | 7           |
| 1.3    Tujuan Penelitian.....                            | 8           |
| 1.4    Manfaat Hasil Penelitian .....                    | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                     | <b>9</b>    |
| 2.1    Landasan Teori .....                              | 9           |
| 2.1.1 <i>Marketing</i> .....                             | 9           |
| 2.1.2 <i>Consumer Behaviour</i> .....                    | 9           |
| 2.1.3 <i>Customer satisfaction</i> .....                 | 10          |
| 2.1.4 <i>Brand image</i> .....                           | 12          |
| 2.1.5 <i>Price</i> .....                                 | 14          |
| 2.1.6 <i>Service Quality</i> .....                       | 16          |
| 2.2    Penelitian Sebelumnya .....                       | 18          |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                          | 29          |
| 2.4    Hipotesis.....                                    | 30          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                   | <b>33</b>   |
| 3.1    Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 33          |
| 3.1.1    Definisi Operasional.....                       | 33          |
| 3.1.2    Pengukuran Variabel.....                        | 34          |

|               |   |           |
|---------------|---|-----------|
| 3.2           | Populasi dan Sampel.....  | 34        |
| 3.2.1         | Populasi .....  | 34        |
| 3.2.2         | Sampel.....   | 35        |
| 3.3           | Teknik Pengumpulan Data .....   | 36        |
| 3.3.1         | Jenis Data .....  | 36        |
| 3.3.2         | Sumber Data.....  | 36        |
| 3.3.3         | Pengumpulan Data .....  | 36        |
| 3.4           | Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....                                 | 38        |
| 3.4.1         | Teknik Analisis Data.....   | 38        |
| 3.4.2         | Analisis Deskriptif .....   | 38        |
| 3.4.3         | Analisis Inferensial.....   | 40        |
| 3.4.4         | Uji Validitas .....   | 44        |
| 3.4.5         | Uji Reliabilitas .....  | 44        |
| 3.4.6         | R Square .....  | 45        |
| 3.4.7         | Q Square.....   | 45        |
| 3.4.8         | Uji Hipotesis.....  | 45        |
| <b>BAB IV</b> | <b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>  | <b>47</b> |
| 4.1           | Deskripsi Objek Penelitian.....   | 47        |
| 4.2           | Deskripsi Data Penelitian .....   | 48        |
| 4.2.1         | Deskripsi Data Responden .....  | 48        |
| 4.3           | Uji Hipotesis dan Analisis .....  | 52        |
| 4.3.1         | Analisis Data Deskriptif.....   | 52        |
| 4.3.2         | Analisis Data Inferensial .....   | 56        |
| 4.3.3         | Uji Hipotesis.....  | 63        |
| 4.4           | Pembahasan .....  | 65        |
| 4.4.1         | Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....     | 65        |
| 4.4.2         | Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> .....           | 67        |
| 4.4.3         | Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i> ..... | 71        |
| <b>BAB V</b>  | <b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>75</b> |
| 5.1           | Simpulan.....   | 75        |
| 5.2           | Keterbatasan Penelitian .....   | 75        |
| 5.3           | Saran.....  | 76        |
|               | <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>78</b> |
|               | <b>RIWAYAT HIDUP .....</b>  | <b>82</b> |
|               | <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>83</b> |

## DAFTAR TABEL

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1 Perbandingan Kecepatan Provider Wifi .....                    | 4  |
| Tabel 2 Daftar <i>Price</i> Provider Wifi .....                       | 5  |
| Tabel 3 Matriks Penelitian Sebelumnya.....                            | 27 |
| Tabel 4 Pengukuran Variabel.....                                      | 34 |
| Tabel 5 Skala Likert .....  | 37 |
| Tabel 6 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                          | 37 |
| Tabel 7 Peringkat Jawaban Kuesioner .....                             | 38 |
| Tabel 8 Nilai Persentase Responden .....                              | 40 |
| Tabel 9 Tingkat Reliabilitas .....                                    | 45 |
| Tabel 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....      | 49 |
| Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....               | 49 |
| Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....          | 50 |
| Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan ..... | 51 |
| Tabel 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan ..... | 51 |
| Tabel 15 Tanggapan Responden terhadap Customer satisfaction .....     | 52 |
| Tabel 16 Tanggapan Responden terhadap Brand image .....               | 53 |
| Tabel 17 Tanggapan Responden terhadap Price.....                      | 54 |
| Tabel 18 Tanggapan Responden terhadap Service Quality.....            | 55 |
| Tabel 19. Loading Factor .....  | 57 |
| Tabel 20. AVE .....   | 59 |
| Tabel 21. HTMT.....   | 59 |
| Tabel 22 Cross Loading .....  | 60 |
| Tabel 23. Reliabilitas.....   | 61 |
| Tabel 24. R Square .....  | 63 |
| Tabel 25. Q Square.....   | 63 |
| Tabel 26. Uji T .....   | 64 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1 Data Jumlah Pengguna Internet di Asia .....              | 1  |
| Gambar 2 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....          | 2  |
| Gambar 3 Data Aduan Pelanggan Perusahaan Telekomunikasi 2021..... | 3  |
| Gambar 4 Model Penelitian Empiris.....                            | 29 |
| Gambar 5 Langkah-Langkah PLS.....                                 | 41 |
| Gambar 6 Inner Model.....   | 41 |
| Gambar 7 Gambar Outer Model .....                                 | 42 |
| Gambar 8 Konstruksi Diagram Jalur.....                            | 43 |
| Gambar 9 Logo Indihome .....                                      | 47 |
| Gambar 10. Outer Model .....                                      | 57 |
| Gambar 11. Inner Model .....                                      | 62 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |     |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....              | 83  |
| Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden .....     | 89  |
| Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif.....         | 102 |
| Lampiran 4 Hasil Output Outer Model Smartpls..... | 105 |
| Lampiran 5 Hasil Output Inner Model Smartpls..... | 105 |
| Lampiran 6 Output Smartpls 4.0.....               | 107 |
| Lampiran 7 T Tabel .....                          | 110 |