

The Influence of Brand Image, Service Quality, and Trust on Consumer Loyalty of Indihome by Telkomsel

By Audijie Keyshia Putri J.

Abstract

This study aims to examine, analyze, and prove the influence of Brand Image, Service Quality, and Trust on Consumer Loyalty for Indihome by Telkomsel. The sample for this study consists of 150 Indihome users who have been using the service for at least 6 months and reside in South Jakarta. This is a quantitative study with primary data. The sampling technique used is non-probability sampling, specifically purposive sampling. Data was collected through Google Forms, and data analysis was performed using descriptive and inferential techniques. Data processing was conducted using the SmartPLS 4.0 software. Based on the processed data, the results show that (1) Brand Image has an influence on Consumer Loyalty, (2) Service Quality has an influence on Consumer Loyalty, and (3) Trust has an influence on Consumer Loyalty. The R-Square value for the variables of Brand Image, Service Quality, and Trust on Consumer Loyalty is 49.9%, with the remaining 50.1% influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Trust, Consumer Loyalty, Indihome.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Perusahaan Indihome by Telkomsel

Oleh Audijie Keyshia Putri J.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan jika terdapat pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen perusahaan Indihome by Telkomsel. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna Indihome yang telah menggunakan layanan tersebut selama minimal 6 bulan dan berdomisili di Jakarta Selatan sebanyak 150 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data primer. Teknik pengumpulan sample dengan non probability sampling yaitu purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan google form dengan teknik analisis data deskriptif dan inferensial. Pengolahan data dilakukan dengan alat uji software SmartPLS 4.0. Berdasarkan data yang diolah, diperoleh hasil bahwa (1) Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, dan (3) Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Nilai R-Square yang diperoleh pada variabel Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 49,9% dan sisanya 50,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Loyalitas Konsumen, Indihome.