

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY WITH BRAND REPUTATION, CUSTOMER SATISFACTION AND BRAND LOYALTY RELATIONSHIP IN PT. TELKOM DIVRE IV SEMARANG

ANALISIS DARI KUALITAS PELAYANAN MELALUI HUBUNGAN REPUTASI MEREK, KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK DI PT. TELKOM DIVRE IV SEMARANG

Oleh : Maulana Utomo Widodo
Program Studi : Magister of Management
Instansi Asal : PT. Telkom Indonesia, Tbk.
Pembimbing : Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA
Tanggal Wisuda : 22 Januari 2009

ABSTRACT

The mission of PT. Telkom Indonesia "To Provide One Stop Services with Excellent Quality and Competitive Price has meaning that PT. Telkom Indonesia as one of the biggest telecommunication company promises to delivery the best service, quality with competitive price. Because of price in telecommunication industry was determined by government similarly, thus service quality is the most important factor to create customer satisfaction, reputation and loyalty. Because of those reasons, researcher interested to writing this research with the title is Analysis of Service Quality with Brand Reputation, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty in PT. Telkom Divre IV Semarang.

The population observed in this study was customers of Telkom Flexi. In this research, researcher occupied 24 instruments for testing the hypotheses. This study used 240 respondents.

This study resulted that service quality positively and directly affects customer satisfaction, service quality positively and directly affects brand reputation, customer satisfaction positively and directly affected brand reputation, brand reputation positively and directly affects brand loyalty, customer satisfaction positively and directly affects brand loyalty.

Keywords: *Service Quality, Brand Reputation, Customer Satisfaction, Brand Loyalty*

ANALISIS DARI KUALITAS PELAYANAN MELALUI
HUBUNGAN REPUTASI MEREK, KEPUASAN
PELANGGAN DAN LOYALITAS MEREK DI PT.
TELKOM DIVRE IV SEMARANG

*ANALYSIS OF SERVICE QUALITY WITH BRAND
REPUTATION, CUSTOMER SATISFACTION AND BRAND
LOYALTY RELATIONSHIP IN
PT. TELKOM DIVRE IV SEMARANG*

Oleh : Maulana Utomo Widodo
Program Studi : Magister Manajemen
Instansi Asal : PT. Telkom Indonesia, Tbk.
Pembimbing : Prof. Dr. Basu Swastha Dharmmesta, MBA
Tanggal Wisuda : 22 Januari 2009

INTISARI

Misi dari PT. Telkom Indonesia adalah *"To Provide One Stop Services with Excellent Quality and Competitive Price"* yang berarti bahwa PT. Telkom Indonesia sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar berjanji untuk memberikan kualitas pelayanan yang terbaik dengan harga yang bersaing. Karena harga pada industri telekomunikasi telah ditentukan oleh pemerintah dengan harga standar, maka kualitas pelayanan menjadi factor yang paling penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, reputasi dan loyalitas Dengan beberapa alasan tersebut, peneliti tertarik untuk menulis riset dengan judul Analisis dari Kualitas Jasa terhadap Reputasi Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Merek di PT. Telkom Divre IV Semarang

Populasi yang akan diteliti pada penelitian ini adalah pelanggan dari Telkom Flexi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 24 instrumen dan melibatkan 240 responden.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif dan langsung, kualitas jasa mempengaruhi reputasi merek secara positif dan langsung, kepuasan pelanggan mempengaruhi reputasi merek secara positif dan langsung, reputasi merek mempengaruhi loyalitas merek secara positif dan langsung, dan kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas merek secara positif dan langsung.

Kata Kunci : *Kualitas Jasa, Reputasi Merek, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek*