

PENGARUH *BRAND IMAGE* SPEEDY TELKOM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WILAYAH KOTA SEMARANG

Nama :NAJID BANGUN ADISAPUTRA
NIM :L2H 606 052
Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *brand image* Speedy Telkom baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas pelanggan di wilayah kota Semarang. Beberapa variabel sebagai pembentuk *brand image* yaitu Keuntungan dari asosiasi merek, Kekuatan dari asosiasi merek, dan Keunikan dari asosiasi merek. Hipotesis penelitian ini yaitu Diduga bahwa *brand image* Speedy Telkom yang terdiri dari Keuntungan asosiasi merek, Kekuatan asosiasi merek, Keunikan asosiasi merek berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan di wilayah kota Semarang. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan dibantu program SPSS versi 19.0 untuk pengolahan datanya. Pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t, dengan tingkat kepercayaan 95%. Hasil dari persamaan regresi yaitu : $Y = -0,725 + 0,125 X1 + 0,637 X2 + 0,145 X3$, berdasarkan persamaan regresi tersebut menandakan bahwa ada pengaruh positif dari *brand image* Speedy Telkom terhadap loyalitas pelanggan di wilayah kota Semarang. Hasil tersebut menandakan bahwa *brand image* Speedy Telkom yang terdiri dari Keuntungan dari asosiasi merek, Kekuatan dari asosiasi merek, Keunikan dari asosiasi merek mempunyai pengaruh secara simultan dan parsial terhadap loyalitas pelanggan di kota Semarang. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijadikan masukan untuk pihak perusahaan untuk meningkatkan dan menjaga asosiasi merek sehingga dapat menguatkan *brand image* Speedy Telkom yang akan berpengaruh pada loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Brand Image, Loyalitas Pelanggan, Analisis Regresi, Speedy

Abstract

The research is to know the brand image the internet provider product with the brand Speedy Telkom have an effect on by partial and simultant to loyalty of customer in Semarang city area. Some variable as forming of brand image are Favorability of brand association, Strength of brand association, and Uniqueness of brand Association. The hypothesis is brand image of Speedy Telkom consisted of the Favorability of brand association, Strength of brand association, Uniqueness of brand association have an effect on by simultan and partial to loyalty of customer in Semarang city area. Data Analysis using the doubled linear regresion model constructively SPSS Version 19.0 for Windows. Hypothesis examination by using test t and test the F with the storey; significant level 5%. Result of Equation regression which is : $Y = -0,725 + 0,125 X1 + 0,637 X2 + 0,145 X3$, the Equation Regression indicate that existence of positive influence of Brand Image Speedy Telkom to loyalty of customer in Semarang city area. The result indicates that Brand image Speedy Telkom composed that the Favorability of brand association, Strength of brand association, Uniqueness of brand association from having influences by simultan and partial to loyalty of customer in Semarang city area. From the research result hence can be suggested by company to increase and take care of the brand association so that can strengthen the brand image Speedy Telkom having an effect on to loyalty of customer.

Keywords: Brand image, loyalty of customer, Regression Analysis, Speedy