



**Hubungan Citra Merek Dan Kompetensi Komunikasi *Customer Service* Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Indihome**

**PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Fasya Amalia Ardi**

**NIM : 14030114140114**

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fasya Amalia Ardi

NIM : 14030114140114

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

**Hubungan Citra Merek dan Kompetensi Komunikasi *Customers Service* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain.

Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 7 Juni 2018

Pembuat Pernyataan,

Fasya Amalia Ardi

NIM 14030114140114

## HALAMAN PENGESAHAN

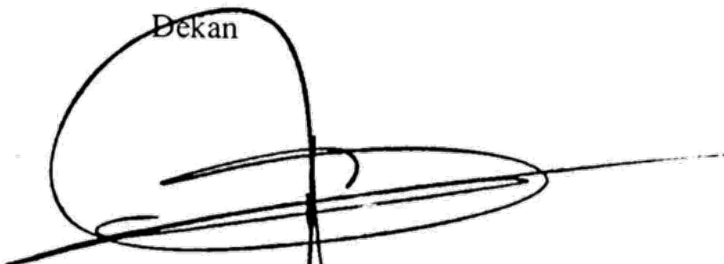
Judul Skripsi : Hubungan Citra Merek dan Kompetensi Komunikasi  
*Customers Service* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada  
Produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.

Nama Penyusun : Fasya Amalia Ardi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Semarang, 7 Mei 2018

Dekan  



Dr. Sunarto, M.Si  
NIP. 19660727 199203 1 001

Wakil Dekan  


Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002


### Dosen Pembimbing :

1. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS


  
(.....)

### Dosen Penguji Skripsi :

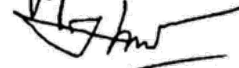
1. Drs. Joyo N S Gono, M.Si

  
(.....)

2. Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M

  
(.....) iii

3. Dra. Sri Widowati Herieningsih, M.S

  
(.....)

## HALAMAN MOTTO

*“Start with Bismillah. End with Alhamdulillah. Appreciate with SubhanAllah. Hope with Insha’Allah. And life will be blessed by Allah. :)”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena ujian hidup, nikmat, serta rahmat yang Engkau berikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.
3. DR. Hapsari Dwiningtyas Sulistyani, S.Sos, M.A. selaku ketua Departemen S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro
4. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si selaku dosen wali. Terima kasih atas nasihat dan dukungan sejak semester pertama hingga selesainya skripsi ini.
5. Dra. Sri Widowati Herieningsih, MS selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih banyak bu Heri atas ilmu, bimbingan, kesabaran, nasihat dan dukungannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Drs. Joyo N S Gono, M.S, Djoko Setyabudi, S.Sos, M.M selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih Mas Gono dan Mas Jojo atas saran dan masukan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Terima kasih teramat sangat kepada mamah dan papah untuk doa, dukungan, cinta, kasih sayang, kesabaran, dan amarah yang mengisyaratkan kebaikan untukku kelak.

8. Terima kasih kepada mba Intan, dan Mas Wildan selaku kedua kakakku yang sudah mau memberikan hiburan dan motivasi di saat aku mulai merasa lelah dan kehabisan ide ketika membuat skripsi.
9. Abiyu Febi Diwanggoro selaku kekasih penulis yang selalu memberi semangat, dukungan, dan bantuan yang penuh kesabaran selama empat tahun ini sampai sekarang kepada penulis.
10. Kepada Sahabat – sahabatku terima kasih kepada Efril, Erika, Kholis, Natasya, Icha, Amel yang selalu menemani dikala suka dan duka dari semester satu hingga akhir perkuliahan. Terima kasih untuk waktu, obrolan, candaan, semangat dan dukungan yang kalian berikan selama ini.
11. Teman-teman HMJ Ilmu Komunikasi 2017 (Himpunan Mahasiswa Jurusan) terima kasih atas doa, dukungan, pengalaman dan canda tawa yang tercipta selama ini.
12. Temen-temen satu bimbingan (Amel, Rania, Tasya, Ocha, Kholis). Terimakasih telah memberikan ide dan semangat. Sukses terus!
13. Terima kasih juga kepada sahabat-sahabat ku Intan, Pelangi, Dina, Fai, Shinta yang selalu memberi support dari dulu jaman masih muda hingga sekarang :p
14. KKN Desa Pati Kecamatan Kedungmulyo teman-teman KKN yang sudah memberikan banyak cerita dan pengalaman berharga kepada penulis.
15. Serta semua pihak yang telah membantu dan mensupport saya, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas doa dan dukungannya.

## ABSTRAKSI

**Judul Skripsi** : Hubungan Citra Merek dan Kompetensi Komunikasi *Customers Service* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.

**Nama** : Fasya Amalia Ardi

**NIM** : 14030114140114

---

Perkembangan di industri telekomunikasi Indonesia saat ini begitu cepat, baik dilihat dari pengguna internet maupun penyedia layanan telekomunikasi. Persaingan yang ketat untuk merebutkan kesetiaan konsumen dalam bisnis bidang industri telekomunikasi, khususnya di Semarang juga disebabkan semakin banyaknya bisnis industri telekomunikasi yang bermunculan dan memasuki wilayah pasaran seperti layanan MyRepublic, Biznet, Indihome, Ooredoo GIG, MNC Play Media, Biznet, First Media dan Indovision.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan citra merek dan kompetensi komunikasi *customer service* terhadap loyalitas konsumen produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang. Hasil penelitian dari uji analisis korelasi Kendall Tau b menjelaskan bahwa citra merek dengan loyalitas konsumen produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang menghasilkan nilai signifikansi 0,000 dan nilai koefisien korelasi 0,537. Hal ini dapat diartikan bahwa kedua variable tersebut memiliki hubungan positif dan keeratan hubungan kedua variable tersebut tergolong kuat. Sedangkan, hasil kompetensi komunikasi *customer service* dengan loyalitas konsumen produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang menghasilkan nilai signifikansi 0,003 dan nilai koefisien korelasi 0,312. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variable dan tergolong cukup erat. Dengan hasil tersebut disarankan kepada pihak perusahaan Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang lebih meningkatkan kompetensi komunikasi yang dimiliki *customer service* terutama pada indikator pengetahuan yang masih dirasa kurang oleh konsumen.

*Kata kunci* : Citra Merek, Kompetensi Komunikasi, dan Loyalitas Konsumen

## ABSTRACT

**Judul Skripsi** : Relationship of Brand Image and Competence Communication  
Customer Service Indihome Against Consumer Loyalty Indihome  
Products PT. Telkom Indonesia Witel Semarang  
**Nama** : Fasya Amalia Ardi  
**NIM** : 14030114140114

---

The development in the telecommunication industry in Indonesia is so fast, whether viewed from internet users or telecommunications service providers. The intense competition for consumer loyalty in the telecommunication industry business, especially in Semarang, is also due to the increasing number of telecommunication industry businesses emerging and entering the market area such as MyRepublic service, Biznet, Indihome, Ooredoo GIG, MNC Play Media, Biznet, First Media and Indovision .

This study aims to determine the relationship between brand image and customer service communication competence to consumer loyalty Indihome products PT. Telkom Indonesia Witel Semarang. Result of research from correlation test of Kendall Tau b explains that brand image with consumer loyalty product Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang produces a value of 0.000 significance and correlation coefficient value of 0.537. This can be interpreted that both variables have a positive relationship and the closeness of the relationship between the two variables are quite strong. Meanwhile, the results of customer service communication competence with consumer loyalty Indihome products PT. Telkom Indonesia Witel Semarang produce significance value 0,003 and correlation coefficient value 0,312. This can be interpreted that there is a significant relationship between the two variables and quite tightly. With these results suggested to the company Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang further enhances the communication competencies of customer service, especially on indicators of knowledge that are still perceived as less by consumers.

*Keywords : Brand Image, Communication Competence, and Consumers Loyalty*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Hubungan Citra Merek dan Kompetensi Komunikasi *Cutsomer Service* Terhadap Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.

Latar belakang pada penelitian adalah saat ini jumlah pengguna internet terus mengalami kenaikan. Dalam sebuah studi We Are Social juga menyebutkan konsumsi internet telah mengalahkan konsumsi televisi, kebanyakan pengguna lebih sering mengakses internet melalui PC dan tablet dibandingkan melalui ponsel. Potensi penggunaan telekomunikasi di Indonesia memang luar biasa. Dengan terus meningkatnya jumlah pengguna internet tentu juga mendorong pertumbuhan bisnis di industri telekomunikasi Indonesia, persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar (*market share*) membuat perusahaan harus bekerja lebih keras untuk dapat terus bertahan dalam jangka panjang. Kerja keras tersebut dapat berupa dengan menjaga loyalitas konsumen, karena loyalitas konsumen sangatlah penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja laba pada suatu perusahaan. Maka penelitian ini bermaksud merumuskan permasalahan secara garis besar, yaitu hubungan antara citra merek dan kompetensi komunikasi *customer service* terhadap loyalitas konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.

Secara keseluruhan, penelitian ini berisi deskripsi pada Bab I yang berisi rumusan masalah yang melatar belakangi penelitian ini, seperti tujuan, signifikansi, kerangka teori, definisi operasional dan konseptual, dan metode penelitian. Bab II memaparkan hasil uji validitas, uji reliabilitas, profil responden, dan data hasil penelitian. Bab III memaparkan analisis uji korelasi menggunakan Kendall tau B, hasilnya terdapat hubungan positif pada citra merek dan kompetensi komunikasi *customer service* terhadap loyalitas konsumen produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang. Serta Bab IV berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Penulis akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan S1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, Semarang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun tentu akan selalu penulis hargai. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 30 Mei 2018

Fasya Amalia Ardi  
NIM. 14030114140114

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR DIAGRAM.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Signifikansi Penelitian .....	16
1.4.1 Signifikansi Teoritis.....	16
1.4.2 Signifikansi Praktis .....	16

1.4.3 Signifikansi Sosial .....	17
1.5 Kerangka Teori .....	17
1.5.1 Paradigma Penelitian.....	17
1.5.2 <i>State of The Art</i> .....	18
1.5.3 Citra Merek .....	20
1.5.4 Kompetensi Komunikasi.....	23
1.5.5 Loyalitas Konsumen .....	30
1.5.6 Hubungan Citra Merek dengan Loyalitas Konsumen .....	32
1.5.7 Hubungan Kompetensi Komunikasi dengan Loyalitas Konsumen .....	34
1.6 Hipotesis .....	37
1.7 Definisi Konseptual .....	37
1.7.1 Citra Merek .....	37
1.7.2 Kompetensi Komunikasi .....	37
1.7.3 Loyalitas Konsumen .....	38
1.8 Definisi Operasional .....	38
1.8.1 Citra Merek .....	38
1.8.2 Kompetensi Komunikasi .....	39
1.8.3 Loyalitas Konsumen .....	40
1.9 Metode Penelitian .....	40
1.9.1 Tipe Penelitian .....	40
1.9.2 Populasi dan Sampel .....	41
1.9.3 Jenis Data dan Sumber Data .....	42

1.9.4 Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....	43
1.9.5 Teknik Pengolahan Data .....	43
1.9.6 Teknis Analisis Data .....	44
1.9.7 Uji Validitas dan Reabilitas .....	44
<b>BAB II CITRA MEREK, KOMPETENSI KOMUNIKASI <i>CUSTOMER SERVICE</i>, DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK INDIHOME PT. TELKOM INDONESIA WITEL SEMARANG</b>	
2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	46
2.1.1 Uji Validitas .....	46
2.1.2 Uji Reliabilitas .....	49
2.2 Deskripsi Responden.....	50
2.2.1 Usia Responden .....	50
2.2.2 Jenis Kelamin.....	51
2.2.3 Pekerjaan.....	51
2.4 Citra Merek .....	52
2.4.1 Atribut Produk .....	52
2.4.2 Atribut Non Produk .....	54
2.4.3 Manfaat Produk .....	56
2.4.4 Kategorisasi Variabel Citra Merek Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang .....	59
2.5 Kompetensi Komunikasi <i>Cutsomer Service</i> Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang .....	61
2.5.1 Motivasi .....	62
2.5.2 Pengetahuan .....	64
2.5.3 Keterampilan.....	67

2.5.4 Kategorisasi Variabel Kompetensi Komunikasi <i>Cutsomer Service</i> Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang.....	70
2.6 Loyalitas Konsumen.....	73
2.6.1 Kategorisasi Variabel Loyalitas Konsumen Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang .....	75

**BAB III HUBUNGAN CITRA MEREK DAN KOMPETENSI KOMUNIKASI  
CUSTOMER SERVICE DENGAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP  
PRODUK INDIHOME PT.TELKOM INDONESIA WITEL SEMARANG**

3.1. Uji Hipotesis.....	77
3.1.1 Hubungan antara Citra Merek (X1) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y) .....	79
3.1.2 Hubungan antara Kompetensi Komunikasi (X2) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y) .....	81
3.2 Pembahasan.....	83
3.2.1 Analisis Hubungan antara Citra Merek (X1) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y) .....	83
3.2.2 Analisis Hubungan antara Kompetensi Komunikasi (X2) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y) .....	85

**BAB IV PENUTUP**

4.1 Kesimpulan ..... 87

4.2. Saran..... 88

**DAFTAR PUSTAKA** ..... 90

**LAMPIRAN**..... 93

## DAFTAR PUSTAKA

- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Pamulang: Profesional Group.
- Durianto., Sugiarto. Dan Tony Sitinjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivarite dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, JILL. 2003. *Customer Loyalty. Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Bandung: Penerbit Erlangga.
- Juliandi, A., Irfan, dan Manurung, S. (2014). *Metodologi Penulisan Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, philip. Dan Kevin Lane Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga
- Liliweri M.S., Allo. 2015. *Komunikasi Interpersonal*. Jakarta: Kencana.



- Littlejohn, Stephen W. dan Karen, A Foss. 2009. *Encyclopedia of Communication Theory*. California: SAGE Publications.
- Mardalis, Ahmad. 2005. *Meraih Loyalitas Pelanggan*. Jakarta : Balai Pustaka
- Morealle, Shewyn P., dkk. 2004. *Introduction to Human Communication*. America: Wasdworth
- Mowen, John C. Dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Erlangga.
- Priyatno, D. (2009). *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi : Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Indeks.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Shimp, Terence A., 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tumbuhan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Erlangga.
- Somad, Rismi. dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. 2010, *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Andi Offset, Yogyakarta.

**Journal International :**

R, Natarajan. Sudha V. 2016. *A Relationship Between Brand Image And Brand Loyalty*.

Scott, Craig. And Laurie Lewis. 2017. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*.

Zhang, Yi. 2016. *The Impact of Brand Image on Consumer Behavior : A Literature Review*.

**Internet:**

<https://economy.okezone.com/read/2016/12/05/320/1559300/2017-industri-informasi-telekomunikasi-tumbuh-pesat> Diakses pada tanggal 5 November 2016 pukul 17.43 WIB

<https://id.techinasia.com/melaporkan-masalah-internet-dengan-aplikasi-my-Indihome-PT-Telkom> Diakses pada tanggal 5 November 2016 pukul 17.43 WIB

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/01/25/190316026/telkom-terdepak-dari-3-besar-kapitalisasi-pasar-tertinggi-di-bei> diakses pada tanggal 1 Januari 2018 pukul 19.30 WIB

<https://www.dream.co.id/dinar/inilah-24-pembayar-pajak-terbesar-di-indonesia-1604060.html> diakses pada tanggal 6 April 2016 pukul 12:13 WIB

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.0 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.1 Data Kepuasan Konsumen Indihome .....	8
Gambar 1.2 Data Ketidak Puasan Konsumen .....	9
Gambar 1.3 Data Loyalitas Pelanggan.....	9
Gambar 1.4 Data Keluhan Pelanggan .....	11
Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran.....	36

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	46
Tabel 2.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Kompetensi Komunikasi .....	47
Tabel 2.3 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 3.1 Uji Korelasi Kendall's Tau b Hubungan antara Citra Merek (X1) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y).....	78
Tabel 3.2 Uji Korelasi Kendall's Tau b Hubungan Kompetensi Komunikasi (X2) dengan Loyalitas Konsumen pada produk Indihome PT. Telkom Indonesia Witel Semarang (Y).....	80

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Usia Responden.....	49
Diagram 2.2 Jenis Kelamin.....	50
Diagram 2.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	50
Diagram 2.4 Indihome memiliki kualitas yang baik.....	52
Diagram 2.5 Harga Produk Indihome Sesuai Dengan Kualitas Produk yang Ditawarkan.....	53
Diagram 2.6 Variasi Layanan Yang Ditawarkan Produk Indihome Beragam.....	54
Diagram 2.7 Design (Logo, Warna, Tulisan) Produk Indihome Menarik.....	54
Diagram 2.8 Indihome Dapat Memenuhi Kebutuhan Konsumen Dengan Variasi Produk Yang Disediakan.....	55
Diagram 2.9 Konsumen Merasa <i>Prestise</i> atau Gengsinya Lebih Tinggi Saat Menggunakan Produk Indihome.....	56
Diagram 2.10 Konsumen Merasa Memiliki Kedekatan Emosi Dengan Produk Saat Menggunakan Produk Indihome Dibandingkan Dengan Merek Lainnya.....	57
Diagram 2.11 Kualitas yang ditawarkan oleh Indihome sudah sesuai dengan yang diharapkan.....	57
Diagram 2.12 Citra Merek.....	59
Diagram 2.13 <i>Customer Service</i> Indihome PT. Telkom menyapa konsumen terlebih dahulu ketika bertemu secara langsung atau via telepon.....	61
Diagram 2.14 <i>Customer Service</i> Indihome berkomunikasi dengan baik dalam melayani konsumen secara langsung atau via telepon.....	62
Diagram 2.15 <i>Customer Service</i> Indihome memberikan perhatian khusus kepada konsumen saat bertemu secara langsung atau via telepon.....	62
Diagram 2.16 <i>Customer Service</i> Indihome mampu menjelaskan seluruh jenis dan manfaat produk layanan Indihome.....	63
Diagram 2.17 <i>Customer Service</i> Indihome mampu menjelaskan tentang hak-hak sebagai pelanggan.....	64

Diagram 2.18 <i>Customer Service</i> Indihome mampu menjawab pertanyaan dari konsumen mengenai produk layanan Indihome dengan baik .....	64
Diagram 2.19 <i>Customer Service</i> Indihome mampu mengatasi kekhawatiran yang dihadapi konsumen .....	65
Diagram 2.20 <i>Customer Service</i> Indihome berorientasi terhadap konsumen saat melakukan komunikasi.....	66
Diagram 2.21 <i>Customer Service</i> Indihome menunjukkan respon yang sesuai selama melakukan percakapan dengan konsumen .....	66
Diagram 2.22 <i>Customer Service</i> Indihome memperlihatkan sikap yang baik dan ramah ketika berkomunikasi dengan konsumen.....	67
Diagram 2.23 <i>Customer Service</i> Indihome tidak terlihat gugup ketika berkomunikasi dengan konsumen .....	68
Diagram 2.24 <i>Customer Service</i> Indihome mengetahui saat yang tepat untuk mendengarkan dan menjawab pertanyaan dari keluhan konsumen.....	68
Diagram 2.25 Kompetensi Komunikasi .....	71
Diagram 2.26 Rela mengganti produk Indihome PT. Telkom dengan merek lain.....	72
Diagram 2.27 Menyarankan orang lain / keluarga untuk berlangganan produk Indihome PT. Telkom .....	73
Diagram 2.28 Menceritakan keunggulan produk Indihome PT. Telkom kepada orang lain / keluarga .....	73
Diagram 2.29 Berkeinginan untuk melanjutkan langganan produk Indihome PT. Telkom .....	74
Diagram 2.30 Loyalitas Konsumen.....	75

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Matriks Penelitian

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Uji Korelasi

Lampiran 5. Tabel Induk

Lampiran 6. Tabel R

