

**PENGARUH BRAND ENGAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION,
SERVICE QUALITY, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN XL
AXIATA DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

KRESENSIANA ACENSI APRILA

203402516111



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH BRAND ENGAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION,
SERVICE QUALITY, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN XL
AXIATA DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional

TUGAS AKHIR

KRESENSIANA ACENSI APRILA

203402516111



PROGRAM STUDI MANEJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir :PENGARUH BRAND ENGAGEMENT,
CUSTOMER SATISFACTION, SERVICE
QUALITY, TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN XL AXIATA DI JAKARTA

Nama Mahasiswa : KRESENSIANAACENSI APRILA
Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516111
Program Studi : MANAJEMEN



Ketua Program Studi Manajemen

(Dr. Resti Hardini, SE., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir :PENGARUH BRAND ENGAGEMENT,
CUSTOMER SATISFACTION, SERVICE
QUALITY, TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN XL AXIATA DI JAKARTA
SELATAN

Nama Mahasiswa : KRESENSIANAACENSI APRILA

Nomor Pokok Mahasiswa : 203402516111

Program Studi : MANAJEMEN

Diterima Dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Dan

Bisnis Universitas Nasional

MENYETUJUI

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Elwisam, S.M., M.M.)

Ketua/Penguji

Anggota/Penguji

(Dr. Resti Hardini S.E.M.Si)

(Dr. Drs. Suadi Sapta Putra M.Si. M)

Mengetahui,



Pt. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

(Prof. D. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

JAKARTA, 20 AGUSTUS 2024

TANGGAL, 20 AGUSTUS 2024

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : KRESENSIANA ACENSI APRILA

NPM : 203402516111

Tempat Tanggal Lahir : DALENG SAMPA, 6 APRIL 2002

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Judul Skripsi :
**PENGARUH BRAND ENGAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION,
SERVICE QUALITY, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN XL
AXIATA DI JAKARTA SELATAN**

Dengan ini menyatakan bahwa :

Skripsi ini adalah hasil gagasan atau hasil penelitian penulis. Skripsi ini di ajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu (S1) di Universitas Nasional.



Jakarta, 20 Mei 2024



KRESENSIANA ACENSI APRILA

203402516111

ABSTRAK

PENGARUH BRAND ENGAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION, SERVICE QUALITY, TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN XL AXIATA DI JAKARTA SELATAN

Oleh

KRESENSIANA ACENSI APRILA

NPM 203402516111

Tugas Akhir di bawah bimbingan Dr. Elwisam, S.M., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Brand Engagement, Customer Satisfaction, Service Quality, Terhadap Loyalitas Pelanggan XL Axiata Di Jakarta Selatan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian adalah seluruh pengguna XL Axiata di daerah jakarta selatan. Jumlah sampel dalam penelitian ini ialah 100 responden, dengan teknik pendekatan *purposive sampling*, software yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah SPSS 25, dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Engagement Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Customer Satisfaction Tidak Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan, dan Service Quality Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : Brand engagement, customer Satisfaction, service quality, loyalitas pelanggan.

ABSTRAC

THE INFLUENCE OF BRAND ENGAGEMENT, CUSTOMER SATISFACTION, SERVICE QUALITY, ON CUSTOMER LOYALTY XL AXIATA IN SOUTH JAKARTA

By :

KRESENSIANA ACENSI APRILA

NPM : 203402516111

Final Project under the guidance of Dr. Elwisam, S.M., M.M.

This research aims to analyze the influence of Brand Engagement, Customer Satisfaction, Service Quality, on XL Axiata Customer Loyalty in South Jakarta.

This research uses quantitative research with the research population being all XL Axiata users in the South Jakarta area. The number of samples in this research is 100 respondents, with a purposive sampling approach technique, the software used to analyze the data in this research is SPSS 25, using multiple linear regression analysis methods, and hypothesis testing the results of this research show that Brand Engagement has a Significant Positive Influence on Customer Loyalty, Customer Satisfaction Are Not Significant on Customer Loyalty, and Service Quality Has a Significant Positive Influence on Customer Loyalty.

Keywords: Brand engagement, customer satisfaction, service quality, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur Saya panjatkan kepa Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat Dan Berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ Pengaruh Brand engagement, Customer Satisfaction, Service Quality, Terhadap Loyalitas Pelanggan XL Axiata Di Jakarta Selatan. Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi jenjang Strata Satu (S1) pada program manajemen, fakultas ekonomi dan bisnis universitas nasional.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas akhir ini ada begitu jauh dari kata kesempurnaan, hal ini disadari karena adanya keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki penulis, penulis berharap agar tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun teman-teman yang membacanya. Dalam proses penulisan tugas akhir ini penulis mendapati banyak pelajaran, motivasi, dan berbagai arahan yang sangat penting dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini secara langsung maupun tidak langsung :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan berkat-Nya serta kesehatan kepada penulis sehingga penulis masih bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kepada Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku rektor Universitas Nasional, atas dukungan dan bimbingan dalam perjalanan akademis penulis.
3. Kepada Bapak Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis atas dorongan dan arahnya.

4. Kepada Ibu Dr.Rahayu Lestari, SE.,MM., Selaku wakil Dekan fakultas ekonomi dan bisnis atas perhatian dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
5. Kepada Ibu Dr. Resti Hardini, S.E.,M.Si., selaku ketua program studi fakultas ekonomi dan bisnis atas segala arahan dan bimbingannya selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
6. Kepada Bapak Dr. Elwisam, S.M., M.M. selaku dosen pembimbing dalam penyusunan tugas akhir yang telah bersedia mengarahkan yang sangat membantu penulis dalam menyempurnakan kekurangan yang ada dalam tugas akhir ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. Kepada Seluruh Dosen, Staf dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis yang telah memberikan ilmu, membina serta memberi motivasi kepada penulis.
8. Kepada kedua Orangtua Saya Bapak Karolus Matung dan Ibu Maria Magdalena Surianko yang telah memberikan segala bentuk kasih sayang mereka kepada saya. Nasehat, Doa, serta restu selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Kepada kedua adik saya Leonardus candra purnama dan rosana tridayanti bahagia yang sudah telah menjadi adik yang baik dalam hal ini selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada Riki teman sekaligus sahabat, terbaik saya yang selalu memberikan semangat dan arahan kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Kepada teman-teman seperjuangan saya elvina, lousa, andre, alvin, nofiah,fani yang sudah menyemangati dan memotivasi penulis, dan kepada teman-teman angkatan 2020 fakultas ekonomi yang telah berjuang bersama-sama terimakasih sudah menyemangati dan memotivasi penulis.
12. Kepada diri saya sendiri terimakasih sudah berjuang sampai akhir.

DAFTAR ISI

HALAMA SAMPUL (LUAR)

HALAMAN SAMPUL (DALAM)

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI iv

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

BAB 1 PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 3

C. Tujuan Penelitian 4

D. Manfaat Penelitian 4



Bab 11 TINJAUN PUSTAKA	6
A. Manajemen Pemasaran	5
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	5
2. Tujuan Pemasaran.....	5
3. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	6
4. Brand Engagement.....	6
5. Customer Satisfaction	8
6. Service Quality	9
7. Loyalitas Pelanggan	11
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	16
1. Pengaruh Brand Engagement Terhadap Loyalitas Pelanggan	14
2. Pengaruh Customer Satisfaction Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	14
3. Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan	14
C. Penelitian Terdahulu.....	15
D. Kerangka Penelitian.....	21
E. Hipotesis	22
BAB 111 METODE PENELITIAN	23
A. Objek Penelitian	23
B. Data Penelitian	23
1. Sumber Dan Jenis Data.....	23
2. Populasi Dan Sampel.....	24
3. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	25
C. Operasional Variabel	26
D. Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis	28
1. Metode Analisis	28
a) Metode Analisis Deskriptif.....	28
b) Metode Analisis Inferensial.....	28

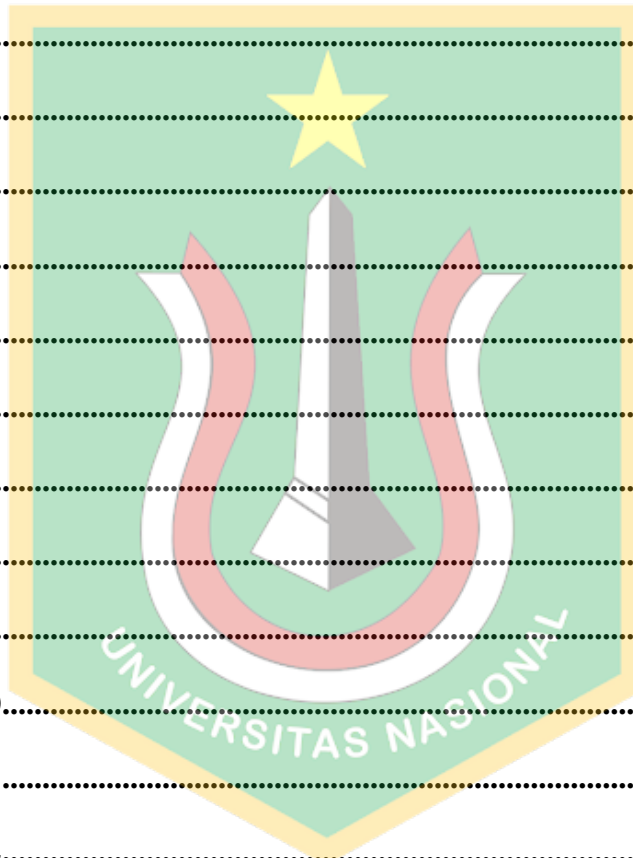
2.	Analisis Regresi Liear Berganda.....	29
3.	Uji Instrumen Penelitian.....	29
	a) Uji Validitas	29
	b) Uji Reliabilitas.....	30
4.	Uji Asumsi Klasik	30
	a) Uji Normalitas	30
	b) Uji Heterokedastisitas.....	30
	c) Uji Multikolinearitas	31
5.	Uji Kelayakan Model	31
	a) Uji Statistik F.....	31
	b) Koefisien Determinan	31
6.	Uji Hipotesis.....	32
BAB 1V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
A.	Hasil Penelitian.....	33
	1. Deskripsi Data Penelitian.....	33
	2. Uji Instrumen	42
	a) Uji validitas	42
	b) Uji reliabilitas	42
	3. Uji asumsi klasik.....	43
	a) Uji normalitas.....	43
	b) Uji heterokedastisitas.....	44
	c) Uji multikolinearritas	46
	4. Analisis Linear Berganda.....	47
	5. Uji Kelayakan Model.....	48
	a) Uji F.....	48
	b) Koefisien Determinan	48

6. Uji Hipotesis	49
7. Pembahasan	51
a) Pengaruh brand engagement terhadap loyalias pelanggan.....	51
b) Pengaruh customer Satisfactionterhadap loyalitas pelanggan.....	51
c) Pengaruh service Quality terhadap loyalitas pelanggan.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1.....	2
TABEL 2.1.....	15
TABEL 3.1.....	25
TABEL 3.2.....	26
TABEL 4.1.....	34
TABEL 4.2.....	35
TABEL 4.3.....	36
TABEL 4.4.....	38
TABEL 4.5.....	39
TABEL 4.6.....	40
TABEL 4.7.....	41
TABEL 4.8.....	42
TABEL 4.9.....	43
TABEL 4.10.....	44
TABEL 4.11.....	45
TABEL 4.12.....	46
TABEL 4.13.....	47
TABEL 4.14.....	48
TABEL 4.15.....	48
TABEL 4.16.....	50



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1.....	21
GAMBAR 4.1.....	35
GAMBAR 4.2.....	36
GAMBAR 4.3.....	37

