

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK PT  
SMARTFREN TELECOM TBK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**

**(Survei Pada Pengikut Akun Instagram @*smartfrenworld*)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**MOCHAMAD AFRILIAN RINALDY**

**051603503125057**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2020**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK PT  
SMARTFREN TELECOM TBK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar**

**Sarjana Ilmu Komunikasi**



**Disusun Oleh:**

**MOCHAMAD AFRILIAN RINALDY**

**051603503125057**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA**

**2020**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya ataupun pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



(Mochamad Afrilian Rinaldy)

051602503125057

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

NAMA : Mochamad Afrilian Rinaldy  
NIM : 051603503125057  
JUDUL : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk PT Smartfren  
Telecom Tbk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada  
Pengikut Akun Instagram @smartfrenword)  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi

Jakarta, Agustus 2020

Menyetujui,

Pembimbing II

(Sandra Olifia, M.Si)

Pembimbing I

(Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

(Sandra Olifia, M.Si)

Dekan FISIP

(Dr. Radita Gera Tayibnapis, S.Sos., MM)

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Mochamad Afrilian Rinaldy  
NIM : 051603503125057  
JUDUL : Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk PT Smartfren Telecom Tbk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Akun Pengikut Akun Instagram @smartfrenworld)

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Jakarta, Agustus 2020

Menyetujui,

Ketua Penguji : Bertha K. Sinambela, S.Sos, M.Si (.....)

Anggota Penguji 1: Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.Si (.....)

Anggota Penguji 2: Fitri Sarasati, S.I.Kom, M.Sc (.....)

Mengetahui,

Ketua Program Studi IKOM

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M.Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos., MM)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Mochamad Afrilian Rinaldy

NIM : 051603503125057

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk PT Smartfren Telecom Tbk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Akun Instagram @smartfrenworld)

Jumlah halaman: 110 halaman + 4 Lampiran

Bibliografi : 17 Buku (2004-2019) + 6 Jurnal

**ABSTRAK**

Perusahaan PT Smartfren Telecom Tbk pada saat ini menduduki peringkat ke empat dari lima perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi di Indonesia. Salah satu faktor PT Smartfren Telecom Tbk menduduki peringkat ke empat adalah dari kualitas produk layanan internetnya yang masih kurang dari produk lainnya.

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan kepuasan, pendekatan penelitian kuantitatif, metode survei, sifat penelitian eksplanatif, populasi dan sampel di ambil dari pengikut akun instagram @smartfrenworld menggunakan rumus slovin, teknik *sampling non-probalitas* dengan teknik data yang diperoleh dari kuesioner yang *disebarkan secara online menggunakan google form*.

Data di uji menggunakan *software* spss 22 dan di analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji t (persial) dan uji f (simultan).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *brand image* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dari penulis diharapkan PT Smartfren Telecom Tbk tetap dapat mempertahankan *brand image* dan terus meningkatkan kualitas produknya agar pelanggan tetap merasa puas.

Kata kunci: *brand image*, kualitas produk, kepuasan pelanggan.

Pembimbing I : Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si

Pembimbing II : Sandra Olifia, S.Sos, M.Si

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Mochamad Afrilian Rinaldy

NIM : 051603503125057

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat

*Effect Of Brand Image And Product Quality Of Pt Smartfren Telecom Tbk On Customer Satisfaction (Survey on Instagram Account @smartfrenworld)*

Jumlah halaman : 110 pages + 4 attachment

Bibliografi : 17 Books (2004-2019) + 6 Journals

**ABSTRACT**

*The company PT Smartfren Telecom Tbk is currently ranked fourth out of five companies engaged in telecommunications in Indonesia. One of the factors for PT Smartfren Telecom Tbk to rank fourth is the quality of its internet service products, which are still lacking from other products.*

*This study uses the theory of usability and satisfaction, quantitative research approaches, survey methods, the nature of explanative research, population and samples taken from followers of the @smartfrenworld Instagram account using the Slovin formula, non-probability sampling techniques with data techniques obtained from questionnaires distributed online using google form.*

*Data were tested using SPSS 22 software and analyzed, namely the validity test, reliability test and hypothesis testing using multiple linear regression analysis, correlation test, determination coefficient test, t test (persial) and f test (simultan).*

*The results of this study indicate that the independent variables consisting of brand image and product quality together have a positive and significant effect on the dependent variable, namely customer satisfaction.*

*The conclusion from the authors is expected that PT Smartfren Telecom Tbk can still maintain its brand image and continue to improve the quality of its products so that customers remain satisfied.*

Keyword : brand image, produt quality, customer satisfaction.

Tutors I : Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si

Tutors II : Sandra Olifia, S.Sos, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image*, dan Kualitas Produk PT Smartfren Telecom Tbk Terhadap Kepuasan Pelanggan”.

Terima kasih kepada Alm. Bapak Zainudin Amin dan Ibu Suhaimah selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan selalu memberikan motivasi selama penulis berkuliah.

Skripsi ini di susun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program Strata-1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak karena itu pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak Dr. Radita Gora Tayibnapi, S.Sos, MM, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Satya Negara Indonesia.
3. Ibu Sandra Olifia, M.Si, selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Bertha Komala Sinambela, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Sandra Olifia, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II.
6. Kepada seluruh Bapak/ Ibu dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak informasi dan ilmu selama penulis berkuliah.



7. Kakak-kakak yang selalu mendukung dan membantu dalam *financial* (keuangan) perkuliahan.
8. Livya Ekaputri Afida, selaku Keponakkan yang membantu penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Grey Squads (Nurhayati, Syahrudin dan Yanih Nurfadilah), selaku Sahabat yang selalu memberi dukung dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
10. Liza Olivia dan Lucky Prabowo, selaku kakak senior yang selalu membantu penulis dalam penyelesaian skripsi.
11. Teman-teman FISIP/IKOM angkatan 2016 yang selalu membantu dan kerja sama selama penulis kuliah dan mengerjakan skripsi.

Saya menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Jakarta, Agustus 2020

(Penulis)