

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PT. TELEKOMUNIKASI SELULER

ALDO RESHWARA



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Seluler” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Aldo Reshwara
K1501221008



RINGKASAN

ALDO RESHWARA. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Seluler. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN dan LILIK NOOR YULIATI.

@Hak cipta milik IPB University

Persaingan sektor penyedia layanan internet di Indonesia semakin sengit sejalan dengan bertambahnya permintaan masyarakat untuk konektivitas digital. Indihome, sebagai penyedia layanan internet dominan, menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan kesetiaan pelanggan di tengah berbagai kompetitor dan tingginya tingkat keluhan konsumen. Meskipun memiliki market share tertinggi, Indihome mengalami tren penurunan setiap tahun dan menghadapi berbagai jenis maladministrasi dalam pelayanan, termasuk penundaan berlarut, penyimpangan prosedur, dan ketidakkompetenan. Faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan *relationship marketing* yang meliputi kepercayaan, komitmen, dan kepuasan menjadi elemen krusial dalam mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tetap loyal atau beralih ke kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik responden pengguna aktif Indihome, menganalisis dampak kualitas layanan, citra perusahaan, dan *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan, serta merumuskan implikasi manajerial yang dapat diterapkan PT Telekomunikasi Seluler dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan pengelolaan pelanggan. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei online kepada responden pengguna aktif Indihome yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan mayoritas berasal dari wilayah Jabodetabek. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak AMOS. Pengukuran instrumen menggunakan skala Likert lima poin dengan validitas yang diuji melalui berbagai parameter statistik. Setelah modifikasi model, analisis kecocokan menunjukkan hasil yang sangat baik dengan indikator fit model yang memenuhi standar yang ditetapkan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas hipotesis diterima dengan hasil signifikan. Kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, komitmen, kepuasan, dan loyalitas. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan komitmen. Komitmen dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Namun, citra perusahaan dan kepercayaan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas tanpa mediasi. Kepuasan berperan sebagai mediator paling signifikan dalam mempengaruhi loyalitas, sementara jalur tidak langsung menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra perusahaan memengaruhi loyalitas melalui rangkaian mediasi kepuasan-komitmen-kepercayaan. Analisis kontribusi indikator menunjukkan bahwa dalam variabel kualitas layanan, aspek layanan yang fokus pada kepuasan pelanggan memberikan kontribusi tertinggi. Untuk kepuasan, indikator keandalan layanan yang lebih baik dari pesaing menjadi faktor terpenting. Dalam loyalitas, pemosisian Indihome sebagai pilihan utama menunjukkan kontribusi tertinggi, diikuti kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.



Implikasi manajerial penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan penguatan kepuasan pelanggan sebagai fokus utama strategi pemasaran Indihome. PT Telekomunikasi Seluler direkomendasikan untuk memprioritaskan indikator yang paling berpengaruh terhadap kepuasan, seperti keandalan layanan dibanding kompetitor, kecepatan penanganan keluhan, dan responsivitas karyawan. Strategi pemasaran harus menerapkan pendekatan bauran pemasaran dengan mengadaptasi produk dan layanan secara inovatif, menetapkan harga yang kompetitif, meningkatkan aksesibilitas layanan, dan menyampaikan promosi yang tepat sasaran untuk memperkuat komitmen dan kesetiaan pelanggan secara berkelanjutan..

Kata kunci: Citra Perusahaan, *Customer Relationship Marketing*, Indihome, Kualitas Layanan, Loyalitas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



SUMMARY

ALDO RESHWARA. The Influence of Service Quality, Corporate Image, and Relationship Marketing on Customer Loyalty of Indihome PT Telekomunikasi Seluler. Supervised by UJANG SUMARWAN and LILIK NOOR YULIATI.

The competitive landscape within Indonesia's internet service provider sector has intensified considerably, driven by escalating consumer demand for digital connectivity. Indihome, as the dominant internet service provider, confronts substantial challenges in maintaining customer loyalty amidst fierce competition and elevated consumer complaint rates. Despite maintaining the highest market share, Indihome experiences declining trends annually and encounters various forms of service maladministration, including protracted delays, procedural deviations, and incompetency issues. Critical factors such as service quality, corporate image, and relationship quality encompassing trust, commitment, and satisfaction constitute pivotal elements influencing customer decisions regarding loyalty retention or competitor switching behavior.

This research endeavors to identify the demographic characteristics of active Indihome users, analyze the impact of service quality, corporate image, and relationship marketing on customer loyalty, and formulate managerial implications applicable for PT Telekomunikasi Seluler in enhancing marketing strategy effectiveness and customer relationship management. The study employs a quantitative approach utilizing online survey methodology administered to active Indihome users distributed across Indonesia, with the majority concentrated within the Greater Jakarta area. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) through AMOS software. Instrument measurement utilized a five-point Likert scale with validity assessed through various statistical parameters. Following model modification, goodness-of-fit analysis demonstrated excellent results with fit model indicators meeting established standards.

Research findings indicate that the majority of hypotheses were accepted with significant results. Service quality demonstrated significant influence on trust, commitment, satisfaction, and loyalty. Corporate image significantly influenced trust and commitment. Commitment and satisfaction exhibited significant effects on loyalty. However, corporate image and trust showed no direct influence on loyalty without mediation. Satisfaction served as the most significant mediator affecting loyalty, while indirect pathways revealed that service quality and corporate image influenced loyalty through sequential mediation of satisfaction-commitment-trust. Indicator contribution analysis revealed that within service quality variables, service aspects focused on customer satisfaction provided the highest contribution. For satisfaction, reliability indicators superior to competitors emerged as the most important factor. Within loyalty, positioning Indihome as the primary choice demonstrated the highest contribution, followed by willingness to recommend to others.

The managerial implications of this research emphasize the critical importance of service quality enhancement and customer satisfaction strengthening as primary foci of Indihome's marketing strategy. PT Telekomunikasi Seluler is recommended to prioritize indicators most influential to satisfaction, including

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

service reliability compared to competitors, complaint handling speed, and employee responsiveness. Marketing strategies should implement a comprehensive marketing mix approach by adapting products and services innovatively, establishing competitive pricing, improving service accessibility, and delivering targeted promotional communications to strengthen customer commitment and loyalty sustainably.

Keywords: Corporate Image, Customer Relationship Marketing, Indihome, Loyalty, Service Quality.



© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDIHOME PT. TELEKOMUNIKASI SELULER

ALDO RESHWARA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.
- 2 Dr. Nur Hasanah, S.Kom, M.Eng

Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Seluler

Nama : Aldo Reshwara

NIM : K1501221008

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc

Pembimbing 2:

Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, MFSA.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
Manajemen dan Bisnis:

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc
NIP. 196009161986011001

Dekan Sekolah Bisnis :

Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, MS
NIP. 196812291992031016



Tanggal Ujian: 15 Desember 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan November 2024 sampai bulan Juni 2025 ini ialah loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa digital, dengan judul “Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan *Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Pelanggan”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc dan Prof. Dr. Lilik Noor Yulianti, Ir., MFSA. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak, Ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2026

Aldo Reshwara

@Hak cipta milik IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	9
1.4 Manfaat	9
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Service Quality</i>	10
2.2 <i>Corporate Image</i>	10
2.3 <i>Relationship Marketing</i>	10
2.4 <i>Loyalty</i>	12
2.5 Hubungan Antar Variabel	13
2.6 Alur Kerja Penelitian	17
2.7 Kerangka Pemikiran Konseptual	17
2.8 Hipotesis Penelitian	18
III METODE	20
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data dan Informasi	20
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	21
3.6 Uji Hipotesis	25
3.7 Variabel Penelitian	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum	27
4.2 Karakteristik Responden	27
4.3 Deskripsi Indikator Variabel	29
4.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM-AMOS)	35
4.5 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Kualitas Layanan	43
4.6 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Citra Perusahaan	44
4.7 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Kepercayaan	44
4.8 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Komitmen	45
4.9 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Kepuasan	46
4.10 Kontribusi Indikator Terhadap Variabel Loyalitas	47
4.11 Pengujian Hipotesis	47
4.12 Implikasi Manajerial	55
4.13 Keterbatasan Penelitian	63
V SIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65



DAFTAR ISI (LANJUTAN)

DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	74
RIWAYAT HIDUP	86

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1 Hasil survei asosiasi penyelenggara jasa internet 2022	3
2 Definisi operasional variabel	25
3 Karakteristik responden	28
4 Perilaku pelanggan	29
5 Deskripsi indikator variabel kualitas layanan	30
6 Deskripsi indikator variabel citra perusahaan	31
7 Deskripsi indikator variabel kepercayaan	32
8 Deskripsi indikator variabel komitmen	33
9 Deskripsi indikator variabel kepuasan	34
10 Deskripsi indikator variabel loyalitas	35
11 Hasil pengujian model pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	36
12 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) dan <i>Construct Reliability</i> (CR)	38
13 Hasil <i>Goodness of Fit</i> model awal penelitian	40
14 Hasil <i>Goodness of Fit</i> modifikasi model penelitian	41
15 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel kualitas layanan	43
16 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel citra perusahaan	44
17 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel kepercayaan	45
18 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel komitmen	45
19 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel kepuasan	46
20 Nilai <i>Loading Factor</i> variabel loyalitas	47
21 Hasil pengujian hipotesis hubungan langsung (<i>direct effect</i>)	48
22 Hubungan tidak langsung (<i>indirect effect</i>) variabel <i>relationship marketing</i> sebagai mediator	49
23 Strategi bauran pemasaran 7P	56
24 Strategi STP (<i>segmentation, targeting dan positioning</i>)	61

DAFTAR GAMBAR

1 Grafik <i>maladministrasi</i> Indihome tahun 2022	4
2 Grafik <i>market share fixed broadband</i> Indihome dan kompetitor tahun 2020-2022	5
3 Alur kerja penelitian	17
4 Kerangka pemikiran konseptual	18
5 Model <i>Hybrid SEM</i>	24
6 Model akhir pengukuran SEM	42

DAFTAR LAMPIRAN

1 Contoh Kuisioner	75
2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83