



**PENGARUH PROMOSI DAN *BRAND EQUITY* TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN LAYANAN PRABAYAR TELKOMSEL
(STUDI KASUS PADA PELANGGAN PRABAYAR TELKOMSEL S SEMARANG)**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan mata kuliah seminar proposal

Pendidikan Strata 1

Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nandha Varhan

14020217130088

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

SEMARANG

2022

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Nandha Varhan
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020217130088
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 4 Maret 1999
4. Departemen / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Qrisdoren 1 No. 13 Jakarta Barat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi / TA) yang saya tulis berjudul :
Pengaruh Promosi dan Brand Equity terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Prabayar
Telkomsel (Studi Kasus Pada Pelanggan Prabayar Telkomsel Semarang)

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



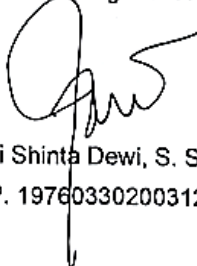
Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
NIP. 197806052003122003

Semarang, 6 September 2022
Mahasiswa



Nandha Varhan
NIM. 14020217130088

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S. Sos., M. Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Halodoc (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Halodoc di Kota Bekasi)

Nama Penyusun : Nandha Varhan

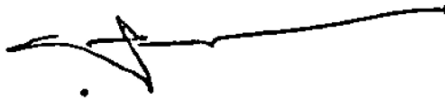
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Semarang, 30 September 2022

Dekan

Wakil Dekan 1



Dr. Hardi Warsono, M. T

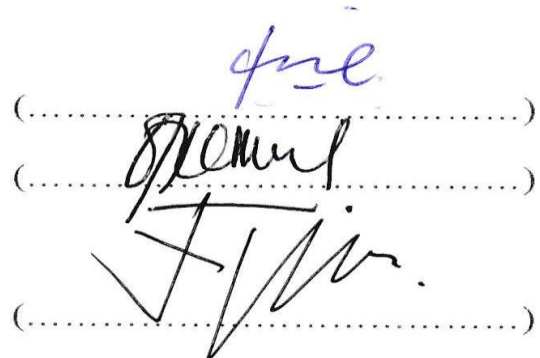
Dr. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S. Sos., M.AB
2. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M. Si



Dosen Penguji

3. Dr. Hari Susanta N., M. Si

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dirimu saat ini adalah karna hasil dirimu di masa sebelumnya, tetapi dirimu saat ini juga merupakan dirimu di masa depan”

Puji syukur kehadiran Allah SWT., skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta, Bapak Syuib dan Mama Nuning yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan secara material maupun spiritual tiada henti sehingga saya bisa sampai pada titik ini.
2. Kepada diri saya sendiri yang pada akhirnya memilih untuk termotivasi sehingga mau berusaha untuk menyelesaikan skripsi/tugas akhir ini.
3. Keluarga H. Ayub Yusuf, terutama Umi Mena, Kak Vita, Kak Tami, Mami Mety, Ais, dan Bang Yoga yang membantu serta selalu memberi semangat untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman Adbis dan Adbis 2017 terutama Salma Namira Yusuf, Kenny Hansfian, Yohanes Apriliano, Rio Sagantoro, Anisa Dian Islami, Nur Amalina, Mas Bastian Dwi Cahyo, Mas Choirul Ibnu, Mas Iqbal Putra Negara, Fadli, Labib dan Hafidz yang selalu siap 24/7 untuk makan, ngopi, bertukar pikiran, dan mengerjakan tugas kuliah selama saya berada di Semarang.
5. Alya Soeriatmadja, Andi Nur Selly Sose, Rio Chandra, dan Raihan Harviansyah yang selalu memotivasi saya untuk mengerjakan skripsi dan lulus dengan kesibukan dan pencapaian pekerjaan kalian.
6. Aak Burjo Kramat yang mau nungguin sampai subuh dikala saya mengerjakan skripsi.

**Pengaruh Promosi dan *Brand Equity* terhadap Keputusan Penggunaan
Layanan Prabayar Telkomsel
(Studi Kasus Pada Pelanggan Prabayar Telkomsel Semarang)**

ABSTRAKSI

Pada zaman yang didominasi oleh teknologi ini, kebutuhan masyarakat semakin beragam dengan tujuan beragam pula, salah satunya adalah kebutuhan akan komunikasi. Kebutuhan komunikasi masyarakat yang berbasis teknologi tak akan lepas dari penyedia layanan provider telekomunikasi. Telkomsel sebagai salah satu penyedia jasa provider Telekomunikasi berusaha untuk dapat memuaskan kebutuhan masyarakat dengan memberikan produk dan pelayanan terbaik bagi masyarakat Indonesia, termasuk Kota Kota Semarang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan *brand equity* terhadap keputusan penggunaan layanan prabayar Telkomsel. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi yang diambil adalah pengguna layanan prabayar Telkomsel Kota Semarang yang jumlahnya tidak diketahui sehingga sampelnya adalah 100 pengguna prabayar Telkomsel. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan tipe pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data uji validitas dan reliabilitas, koefisien korelasi, regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji t serta uji F.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel promosi dan *brand equity* memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan prabayar Telkomsel. Koefisien korelasi variabel promosi dan *brand equity* terhadap keputusan penggunaan mempunyai hubungan yang kuat, sehingga jika variabel promosi dan *brand equity* mengalami peningkatan atau penurunan maka akan sangat berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan.

Berdasarkan hasil tersebut maka Telkomsel disarankan untuk meningkatkan frekuensi penyampaian, meningkatkan promosi penjualan yang diberikan kepada konsumen, meningkatkan pemasaran langsung yang dilakukan, lebih meragamkan media pemasaran langsung, lebih menegaskan ciri khas yang Telkomsel miliki, dan Telkomsel dapat mempertimbangkan untuk lebih menyesuaikan harga yang ditawarkan.

Kata Kunci: Promosi, *Brand Equity*, Keputusan Penggunaan

The Effect of Promotion and Brand Equity on Using Decision of Telkomsel Prepaid Services

(Case Study on Telkomsel Semarang Prepaid Customers)

ABSTRACT

In this era dominated by technology, people's needs are increasingly diverse with diverse goals, one of which is the need for communication. The need for technology-based community communication will not be separated from telecommunications service providers. Telkomsel as one of the Telecommunication service provider providers strives to be able to satisfy the needs of the community by providing the best products and services for the people of Indonesia, including the City of Semarang City.

The purpose of this study is to determine the influence of promotion and brand equity on the decision to use Telkomsel prepaid services. This type of research is explanatory research. The population taken is Telkomsel's prepaid service users in Semarang City, the number of which is unknown so that the sample is 100 Telkomsel prepaid users. The sampling technique in this study is nonprobability sampling with the type of sampling, namely purposive sampling. The analysis used is quantitative and qualitative using data analysis techniques for validity and reliability tests, correlation coefficients, simple and multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test.

The results of this study show that promotion variables and brand equity have an influence on the decision to use Telkomsel prepaid services. The correlation coefficient of promotion and brand equity variables to usage decisions has a strong relationship, so that if the promotion variable and brand equity experience an increase or decrease, it will greatly affect the usage decision variable.

Based on these results, Telkomsel is advised to increase the frequency of delivery, increase sales promotions given to consumers, increase direct marketing carried out, further diversify direct marketing media, emphasize more on the characteristics that Telkomsel has, and Telkomsel can consider further adjusting the prices offered.

Keywords: Promotion, Brand Equity, Using Dcision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul **“Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Halodoc (Studi Kasus pada Pengguna Layanan Halodoc di Kota Bekasi)”**.

Dalam menyelesaikan dan menyusun skripsi ini penulis banyak memperoleh masukan dan bantuan dari berbagai pihak yang mana sangat membantu untuk membuat skripsi ini menjadi sempurna. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah berbaik hati memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
3. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.
4. Ibu Sari Listyorini, S. Sos., M. AB selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan dengan sabar dalam menyusun skripsi ini.
5. Ibu Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Hari Purwanta N., M. Si selaku dosen wali penulis yang telah memberikan bimbingan serta dorongan selama penulis berkuliah.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Seluruh responden atas kesediaannya mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

9. Kepada Telkomsel Kota Semarang, Jawa Tengah, terutama untuk bagaian *Mass Market Segment* dan bagian Penjualan Telkomsel Kota Semarang
10. Serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
11. Apabila dalam penulisan karya ilmiah ini terdapat kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 6 September 2022

Pembuat Pernyataan,



Nandha Varhan

NIM 14020217130088

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA*)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	4
ABSTRAKSI	5
ABSTRACT	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR.....	14
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4. Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Kerangka Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1. Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
1.5.2. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.5.3. Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
1.5.4. Promosi	Error!
.....	Bookmark not defined.
1.5.5. <i>Brand Equity</i> (Ekuitas Merek).....	Error! Bookmark not defined.
1.5.6. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
1.6. Hubungan antar Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6.1. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.

1.6.2. Hubungan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian...	Error! Bookmark not defined.
1.6.3. Hubungan Promosi dan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.7. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
1.8. Definisi Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.1. Promosi	Error! Bookmark not defined.
1.8.2. Brand Equity.....	Error! Bookmark not defined.
1.8.3. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
1.9. Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1.9.1. Promosi	Error! Bookmark not defined.
1.9.2. <i>Brand Equity</i>	Error! Bookmark not defined.
1.9.3. <i>Purchase Decisionn</i> (Keputusan Pembelian)....	Error! Bookmark not defined.
1.10. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.10.1. Tipe Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.2. Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.3. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
1.10.4. Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.5. Skala Pengukuran.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.6. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.10.7. Instrumen penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.10.8. Teknik Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
PROFIL PT. TELEKOMUNIKASI SELULAR (TELKOMSEL)	Error! Bookmark not defined.
2.1. Sejarah Perusahaan PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel)	Error! Bookmark not defined.
2.2. Visi dan Misi Telkomsel	Error! Bookmark not defined.
2.3. Budaya Perusahaan (Nilai atau Kode Etik)	Error! Bookmark not defined.

2.4. Logo dan Slogan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.1. Logo	Error! Bookmark not defined.
2.4.2. Slogan	Error! Bookmark not defined.
2.5. Jenis Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.1. Kartu Pasca Bayar	Error! Bookmark not defined.
2.5.2. Kartu Pra-Bayar.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.3. Promosi yang Diterapkan Telkomsel.....	Error! Bookmark not defined.
2.5.4. Fitur Layanan Telkomsel.....	Error! Bookmark not defined.
2.6. Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.7. Identitas Responden	Error! Bookmark not defined.
2.7.1. Responden Berdasar pada Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.2. Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
2.7.4. Responden Berdasar pada Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
2.7.4. Alasan Responden Menggunakan Layanan Telekomunikasi Prabayar Telkomsel	Error! Bookmark not defined.
2.7.5. Alasan Responden Pernah Menggunakan Layanan Telekomunikasi Selain Layanan Prabayar Telkomsel.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
3.1. Uji Validitas dan Realibilitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.1.2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Analisis Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1. Variabel Promosi	Error! Bookmark not defined.
3.2.3. Variabel <i>Brand Equity</i> pada Layanan Prabayar Telkomsel .	Error! Bookmark not defined.
3.2.3. Persepsi Responden terhadap Keputusan Penggunaan (Y)	Error! Bookmark not defined.
3.3. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.

3.3.1. Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan.....	Error!
Bookmark not defined.	
3.3.2. Analisis Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Penggunaan	Error!
Bookmark not defined.	
3.3.3. Analisis Pengaruh Promosi dan <i>Brand Equity</i> terhadap Keputusan Penggunaan	Error! Bookmark not defined.
3.4. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
4.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Data Internal Telkomsel Jumlah Pengguna Seluruh Indonesia 2016-2020 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1 2 Tabel Market Share Telkomsel Jawa Tengah Desember 2018-Januari 2020 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1 4 Brand Index Top Brand Index Kategori Simcard Prabayar **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1.5 Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1.6 Skala Pengukuran *Likert* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 1 7 Interpretasi Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 jumlah Pengguna Telkomsel Indonesia Q4 2017-Q2 2019 **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 2 Faktor Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Menurut Engel (2001).....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 3 Faktor Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Menurut Henry Assael (2004)**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1.4 Proses Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 5 Kurva Uji t (Two Tail)**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 1. 6 Kurva Uji F**Error! Bookmark not defined.**
-
- Gambar 2 . 1 Logo PT. Telkomsel.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 2 Produk Pascabayar Kartu Halo**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 3 Produk Prabayar Kartu Simpati**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 4 Produk Prabayar Kartu AS.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 5 Produk Prabayar Kartu Loop**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 6 Periklanan Telkomsel pada *Platform* Youtube **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2 . 7 Periklanan Telkomsel pada *Platform* Youtube **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 8 Periklanan Telkomsel pada *Platform* Instagram **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 9 Penjualan Perseorang Telkomsel Menghampiri Konsumen **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 10 Penjualan Perseorangan pada Gerai Grapari **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 11 Produk Layanan Prabayar **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 12 Paket Promosi Layanan Prabayar Telkomsel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 13 Paket Promosi Layanan Prabayar Telkomsel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 14 Paket Promosi Layanan Prabayar Telkomsel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 15 Paket Promosi Layanan Prabayar Telkomsel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 16 Publisitas Telkomsel Bertemakan Idul Fitri **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 17 Publisitas Telkomsel Bertemakan Kemasyarakatan **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 18 Publisitas Telkomsel Bertemakan Pemberdayaan Masyarakat **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 19 Penjualan Langsung Telkomsel Melalui SMS **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 20 Penjualan Langsung Telkomsel Melalui Aplikasi MyTelkomsel **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 . 21 Struktur Organisasi Telkomsel *Branch* Semarang ... **Error! Bookmark not defined.**