

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE*  
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota  
Internet Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun)**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
SAMPADA AGNI PRADNALAGA WIRABUANA  
3903022027**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
KAMPUS KOTA MADIUN  
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY*  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota Internet  
Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Prasyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh : SAMPADA AGNI PRADNALAGA WIRABUANA

3903022027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
(KAMPUS KOTA MADIUN)  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2025**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY*  
(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota Internet  
Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun)**

Oleh :

Sampada Agni Pradnalaga Wirabuana

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen

Sampada Agni Pradnalaga Wirabuana 2025  
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya  
Desember 2025

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dalam bentuk apapun tanpa izin dari penulis

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND LOVE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY***

**(Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota Internet  
Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun)**

Oleh:

**SAMPADA AGNI PRADNALAGA WIRABUANA**

3903022027

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
Untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Dosen Pembimbing



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si.  
NIDN. 0713126601

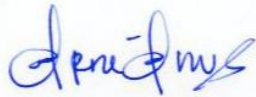
Tanggal: 3 Desember 2025

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi yang ditulis oleh: Sampada Agni Pradnalaga Wirabuana NRP. 3903022027**

Telah diuji pada tanggal 17 Desember 2025 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



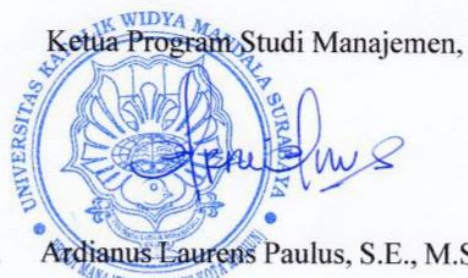
Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.

Mengetahui



Dekan,  
Dendra Wijaya, S. Akt., M.M., CPMA

NIDN.0718108506



Ketua Program Studi Manajemen,

Ardianus Laurens Paulus, S.E., M.Sc.

NIDN. 0721048301

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun:

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sampada Agni Pradnalaga Wirabuana

NIM : 3903022027

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Love* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota Internet Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 3 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Sampada Agni P.W)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Adapun judul skripsi: **Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Love* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Empiris Pada Mahasiswa Pengguna Kuota Internet Telkomsel di UKWMS Kampus Kota Madiun).**

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan, masukan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga terkasih, Ayah Udi Suratno, Ibu Yeni Wariningrum, dan Adik Kameswara yang selalu memberikan dukungan dan doa bagi penulis dalam menyusun skripsi.
2. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku Dekan sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi atas segala arahan dan saran yang telah diberikan sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu.
3. Ibu Wahyu Prabawati Putri Handayani, S.T., M.M. selaku Wali Studi yang menemani dan membimbing penulis dari semester awal hingga akhir sehingga penulis memiliki bekal ilmu dan wawasan yang bermanfaat bagi penelitian skripsi ini dan masa depan.
4. Bapak/Ibu staf administrasi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun yang telah memberikan ilmu.

5. Teman-teman penulis yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam membantu penulis menyusun skripsi.
6. Kepada seseorang terkasih yang selalu bersedia menemani, memberi semangat serta membantu penulis dalam menyusun skripsi.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam melakukan penulisan skripsi.

Penulis menyadari bahwa laporan penelitian skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Olehnya, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan pada pengembangan penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini dapat dipertimbangkan dalam penyempurnaan penelitian selanjutnya, kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Madiun, 3 Desember 2025

Penulis



Sampada Agni P.W.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN HAK ATAS KEKAYAAN KARYA ILMIAH .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	22
2.4 Model Penelitian .....	23
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Desain Penelitian .....	25
3.2 Identifikasi, Definsi Oprasional, Pengukuran Variabel .....	25
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penyempelan .....	29
3.6 Analisis Data .....	30
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
4.2 Deskriptif Data .....	37
4.3 Uji Kualitas Data .....	44
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	46
4.5 Uji Hipotesis .....	49
4.6 Pembahasan .....	51
BAB 5 KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN .....	55
5.1 Kesimpulan .....	55

5.2 Keterbatasan .....	55
5.3 Saran .....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1 Skala Penilaian Kuesioner .....	29
Tabel 3. 2 Interval Rentang Skala .....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan domisili .....	39
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	40
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Semester .....	41
Tabel 4. 6 Interval Rentang Skala .....	41
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Image.....	42
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Love.....	43
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap Variabel Customer Loyalty.....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Data .....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4. 12 Uji Normalitas Metode Kolmogorov-Smirnov .....	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser .....	47
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komparasi Top Brand Index Kategori Provider .....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	24
Gambar 3. 1 Kurva Penerimaan dan Penolakan Hipotesis .....	35
Gambar 4. 1 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	49
Gambar 4. 2 Kurva Pengambilan Keputusan Uji t Variabel <i>Brand Love</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	50

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Karakteristik Responden
- Lampiran 3. Uji Deskriptif
- Lampiran 4. Uji Kualitas Data
- Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6. R Tabel
- Lampiran 7. T Tabel

## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* dan *brand love* terhadap *customer loyalty*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna internet Telkomsel UKWMS Kampus Kota Madiun dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sedang teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji hipotesis, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel *brand image* berpengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*. Variabel *brand love* juga berpengaruh signifikan positif terhadap *customer loyalty*. Variabel yang dominan memengaruhi *customer loyalty* adalah *brand love*. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu sebesar 0,671, yang artinya variabel *brand image* dan *brand love* memberikan pengaruh sebesar 67,1% terhadap *customer loyalty* dan sisnya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Brand Image, Brand Love, Customer Loyalty, Telkomsel*

## ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of brand image and brand love on customer loyalty. The population in this study were students using the Telkomsel UKWMS Madiun City Campus internet users with a sample size of 100 respondents. The sampling technique uses purposive sampling while the data collection technique uses a questionnaire via Google Form. Data analysis techniques use multiple linear regression tests, hypothesis tests, coefficient of determination tests ( $R^2$ ). The results of this research found that the brand image variable has a significant positive effect on customer loyalty. The brand love variable also has a significant positive effect on customer loyalty. The dominant variable influencing customer loyalty is brand love. The coefficient of determination value obtained was 0.671, which means that the brand image and brand love variables had an influence of 67.1% on customer loyalty and the remaining 32.9% was influenced by other variables not included in this research.

**Keywords :** *Brand Image, Brand Love, Customer Loyalty, Telkomsel*