

## **ABSTRACT**

Tjahjono Djatmiko (1308209) “*Analysis of Simplicity and Interactivity in developing Brand Trust (Study on Cell Phone Subscribers in Jakarta and West Java)*” Doctoral Dissertation Graduate School of Management Studies University of Indonesia, under guidance of Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP and Dr. Lili Adi Wibowo, S. Sos., S.Pd., MM.

*Cellular telecommunications service industry in Indonesia is growing very rapidly. There are three major cellular telecom operators in Indonesia that dominating this service. The number of customers who served by each cellular operators is always fluctuating every year. The customer loyalty of each operators are not the same. The unstable loyalty of the customer is giving an indication that the service quality of the operators sometimes not meet the expectation of the customer that finally become the factors that influencing the customer loyalty. The service quality of the operator is supported by the simplicity and interactivity factors that examined by the author. The service quality factors of the operators will affect the customers in terms of brand trust, which in turn will affect the customer brand loyalty. The aim of the research are to measure the effect of simplicity and interactivity on the quality of service and its impact toward brand trust and brand loyalty. This research was conducted by using the marketing management approach. The primary data are used obtained from the respondents by using questionnaires and the number of customers that is a secondary data were collected from the annual report of the operators giving a picture of the customer loyalty indicator. The descriptive and verificative methods are used in this research. These measurements were performed by using the analytical techniques of SEM (Structural Equation Modeling).*

*The results showed that the Simplicity and Interactivity has a positive impact on the service quality of the operator. Quality of service also has a positive impact on brand trust and brand loyalty. The trust on cost that is an elements of brand trust need a special attention from the operator. The switching cost that is a supporting elements of brand loyalty is also need a special attention from the cellular operators.*

**Keywords:** *Simplicity, Interactivity, Service Quality, Brand Trust and Brand Loyalty*

## ABSTRAK

Tjahjono Djatmiko (1308209) “**Analisis Siplisitas Dan Interaktivitas Dalam Membangun Kepercayaan Merek (Studi pada Pelanggan Telepon Seluler di DKI Jakarta dan Jawa Barat)**” Disertasi Doktor Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia, dibawah bimbingan Prof. Dr. Hj. Ratih Hurriyati, MP dan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM.

Industri jasa telekomunikasi seluler di Indonesia berkembang sangat pesat. Terdapat tiga operator telekomunikasi seluler besar yang mendominasi pelayanan jasa ini. Perkembangan jumlah pelanggan yang dilayani oleh masing masing operator telekomunikasi seluler ini setiap tahun selalu berfluktuasi. Loyalitas pelanggan dari masing masing operator besar tersebut tidak sama. Loyalitas yang selalu tidak tetap dari pelanggan operator seluler tersebut menggambarkan adanya kualitas layanan dari operator telekomunikasi seluler yang belum memenuhi kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya menjadi penyebab ketidak loyalan pelanggan tersebut. Kualitas layanan operator tersebut ditunjang oleh factor simplisitas dan interaktivitas yang kemudian diteliti oleh penulis. Faktor kualitas layanan operator tersebut akan mempengaruhi pelanggan dalam hal kepercayaan merek yang pada akhirnya akan mempengaruhi loyalitas merek pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh simplisitas dan interaktivitas terhadap kualitas layanan yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan ilmu manajemen pemasaran. Data yang dipergunakan adalah data primer berupa kuesioner yang diperoleh dari responden dan data sekunder jumlah pelanggan yang memberikan gambaran kondisi loyalitas pelanggan terhadap operator telekomunikasi tersebut. Metoda penelitian yang dipergunakan deskriptif dan verifikatif. Pengukuran ini dilakukan dengan mempergunakan teknik analisis SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Siplisitas dan Interaktivitas berpengaruh positif terhadap kualitas layanan operator. Kualitas layanan juga mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan merek dan loyalitas merek. Kepercayaan terhadap biaya yang merupakan unsur pendukung kepercayaan merek perlu mendapat perhatian dari operator. Biaya peralihan yang merupakan unsur pendukung loyalitas merek juga perlu mendapat perhatian dari operator telekomunikasi seluler.

**Kata kunci: Siplisitas, Interaktivitas, Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek dan Loyalitas Merek.**

## KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas menyusun disertasi ini. Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena hanya dengan rahmat dan hidayahnya sajalah penulis dapat menyelesaikannya.. Disertasi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Doktor Ilmu Manajemen Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia

Disertasi yang diselesaikan penulis berjudul Analisis Simplisitas Dan Interaktivitas Dalam Membangun Kepercayaan Merek (Studi pada Pelanggan Telepon Seluler di DKI Jakarta dan Jawa Barat). Disertasi ini berisi tentang permasalahan yang dihadapi oleh operator jasa telekomunikasi seluler di Indonesia terkait dengan loyalitas merek dari pelanggan telekomunikasi seluler. Disertasi ini membahas tentang simplisitas, interaktivitas, kualitas layanan, kepercayaan merek serta loyalitas merek dari pelanggan telekomunikasi seluler. Disertasi ini disusun menjadi lima bab yaitu (1) Pendahuluan (2) Kajian Pustaka (3) Metode Penelitian (4) Hasil Penelitian dan Pembahasan serta (5) Kesimpulan dan Rekomendasi.

Penulis berharap dengan adanya disertasi ini dapat memberi manfaat bagi khasanah Ilmu Pengetahuan dan dunia bisnis pada umumnya serta pada cabang ilmu manajemen pemasaran pada khususnya

Bandung Juni 2017

Tjahjono Djatmiko

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayahNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan disertasi ini. Disertasi ini berjudul “ANALISIS SIMPLISITAS DAN INTERAKTIVITAS DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MEREK (Studi pada Pelanggan Telepon Seluler di DKI Jakarta dan Jawa Barat).

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr H. Asep Kadarohman M.Si, selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia
2. Bapak Prof. Dr. H. Yaya Sukjaya Kusumah, M. Sc, selaku Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia
3. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. H Disman M.S, Selaku Pimpinan Sidang Terbuka Ujian Promosi Doktor mewakili Direktur Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia
5. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Bisnis dan Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Ibu Prof. Dr Hj. Ratih Hurriyati, M.P, selaku Ketua Promotor yang telah banyak membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan disertasi ini.
7. Bapak Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., M.M, selaku Ko Promotor yang telah banyak membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan disertasi ini.
8. Ibu Prof Dr. Hj. Tjutju Yuniarsih SE, M.Pd selaku ketua Komisi Pascasarjana yang telah banyak memberikan masukan untuk perbaikan disertasi ini

9. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS, Selaku penguji yang telah memberikan banyak masukan bagi kesempurnaan disertasi ini
10. Ibu Dr. Vanessa Gaffar MBA Selaku penguji yang telah memberikan banyak masukan bagi kesempurnaan disertasi ini
11. Bapak Dr. Husni Amani, M.M., M.Sc. Selaku penguji yang telah memberikan banyak masukan bagi kesempurnaan disertasi ini
12. Bapak dan Ibu Dosen program studi Magister Manajemen dan Doktor Ilmu Manajemen yang telah memberikan perkuliahan kepada penulis pada periode perkuliahan 2013-2015
13. Bapak Ir Dodie Tricahyono MM, PhD. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi S3 ini.
14. Bapak dan ibu dosen Universitas Telkom yang telah banyak memberikan support serta masukan dalam penyelesaian tugas akademis bagi penulis.
15. Bapak dan ibu rekan-rekan satu angkatan DIM UPI 2013/2014 yang sangat kompak dalam menyelesaikan tugas tugas akademis dari Universitas Pendidikan Indonesia
16. Keluarga besar penulis, terutama Isteri dan anakku yang telah banyak memberikan support untuk penyelesaian tugas ini.
17. Responden yang telah dengan rela memberikan masukannya dalam pengumpulan data baik di DKI Jakarta maupun di Jawa Barat
18. Bapak/ibu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kesempatan ini yang telah banyak memberikan bantuannya baik materiel maupun moril

Kepada beliau yang disebutkan diatas semoga Allah SWT berkenan memberi balasan atas kebaikan kebaikan dan support yang telah disampaikan kepada penulis. Aamiin Ya Rabbal Aalamiin

Bandung, Juni 2017

Tjahjono Djatmiko

