

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN, DAYA TARIK
PRODUK, DAN *CUSTOMER SATISFICATION*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PROVIDER
INDOSAT OOREDOO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ayu Desi Pittauli Halawa
200910081**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN, DAYA TARIK
PRODUK, DAN *CUSTOMER SATISFICATION*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PROVIDER
INDOSAT OOREDOO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**



Oleh:

**Ayu Desi Pittauli Halawa
200910081**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ayu Desi Pittauli Halawa
NPM : 200910081
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KREATIVITAS IKLAN, DAYA TARIK PRODUK, DAN CUSTOMER SATISFICATION TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PROVIDER INDOSAT OOREDOO DI KOTA BATAM”

adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan saya, dida lam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan skripsi yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 25 Januari 2025



Ayu Desi Pittauli Halawa
200910081

**PENGARUH KREATIVITAS IKLAN, DAYA TARIK PRODUK, DAN
CUSTOMER SATISFICATION TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PROVIDER INDOSAT OOREDOO DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana

Oleh

Ayu Desi Pittauli Halawa

200910081

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal serpeti tertera di bawah ini

Batam, 25 Januari 2025



David Humala Sitorus, S.E., M.M

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perkembangan provider di Indonesia diperkirakan akan semakin maju seiring dengan pesatnya transformasi digital. Dalam meningkatkan pengalaman layanan pelanggan, beberapa provider di Indonesia telah mengembangkan cukup beragam fitur pendukung untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Indosat Ooredoo merupakan salah satu penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia. Beberapa metode yang telah diterapkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan diantaranya yaitu pada aspek kreativitas iklan, daya tarik, serta customer satisfaction. Penelitian deskriptif kuantitatif ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel kreativitas iklan (X1), daya tarik (X2), dan *customer satisfaction* (X3) terhadap loyalitas pengguna Indosat Ooredoo di Kota Batam. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan total sampel 380 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas iklan (X1), daya tarik (X2), serta customer satisfaction (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna Indosat Ooredoo. Hal ini dikarenakan pelanggan yang puas cenderung merasa lebih terikat dengan merek dan memiliki pengalaman positif yang mendorong mereka untuk terus menggunakan produk atau layanan tersebut.

Kata Kunci: Kreativitas Iklan, Daya Tarik, *Customer Satisfaction*, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

The development of providers in Indonesia is expected to advance further along with the rapid digital transformation. In improving customer service experience, several providers in Indonesia have developed quite a variety of supporting features to increase consumer loyalty. Indosat Ooredoo is one of the telecommunications service providers in Indonesia. Several methods that have been implemented to developing customer loyalty include aspects of advertising creativity, the attractiveness of the products offered, and customer satisfaction. This quantitative descriptive study was conducted with the aim of determining the effect of the variables of advertising creativity (X1), attractiveness (X2), and customer satisfaction (X3) on the loyalty of Indosat Ooredoo users in Batam City. The data collection method used was a questionnaire with 380 respondents. The results of the study showed that advertising creativity (X1), attractiveness (X2), and customer satisfaction (X3) had a significant influence on the loyalty of Indosat Ooredoo users. This is because satisfied customers tend to feel more attached to the brand and have positive experiences that encourage them to continue using the product or service.

Keywords: *Advertising Creativity, Attraction, Customer Satisfaction, Consumer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

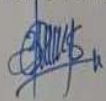
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
6. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
7. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan yang maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 25 Januari 2025



Ayu Desi Pittauli Halawa

200910081



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah.....	11
1.5. Tujuan Penelitian	11
1.6. Manfaat penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. Kajian Teori.....	15
2.1.1. Kreativitas Iklan	15
2.1.2. Daya Tarik Produk.....	18
2.1.3. <i>Customer Satisfication</i>	21
2.1.4. <i>Loyalitas Konsumen</i>	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	24
2.3. Kerangka Pemikiran	28
2.4. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Sifat Penelitian.....	31

3.3.	Lokasi dan Periode Penelitian	32
3.3.1.	Lokasi Penelitian	32
3.3.2.	Periode Penelitian	32
3.4.	Populasi dan Sampel.....	32
3.4.1.	Teknik Penentuan Besar Sampel	33
3.4.2.	Teknik Sampling.....	35
3.5.	Sumber Data	35
3.6.	Metode Pengumpulan Data	36
3.6.1.	Definisi Operasional Variabel	36
3.6.2.	Variabel Independen.....	38
3.6.3.	Variabel dependen	38
3.7.	Metode Analisis Data	39
3.7.1.	Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2.	Uji Kualitas Data	39
3.8.	Uji Asumsi Klasik	41
3.8.1.	Uji Normalitas	41
3.8.2.	Uji Multikolinearitas.....	41
3.8.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.9.	Uji Pengaruh.....	42
3.9.1.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	42
3.9.2.	Analisis Kunci Determinasi	42
3.10.	Uji Hipotesis	43
3.10.1.	Uji t.....	43
3.10.2.	Uji F.....	44
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.1.1	Deskripsi Tanggapan Responden	47
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	47
4.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	48
4.2.2	Usia Responden	48

4.2.3	Pekerjaan Responden.....	48
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	49
4.3.1	Deksripsi Jawaban Kreativitas Iklan (X1).....	49
4.3.2	Deskripsi Jawaban Daya Tarik (X2).....	50
4.3.3	Deskripsi Jawaban Customer Satisfication (X3)	51
4.4	Analisis Data.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA		77

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengalaman <i>Fixed Broadband</i> Kota di Indonesia 2024	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Periode Penelitian	32
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Penelitian	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (1998 – 2022).....	2
Gambar 1. 2 Data 4 Provider Selular dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29