

ABSTRAK

**Lujeng Budi Agita, 111111027, Hubungan Antara Ekuitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Telkomsel di Surabaya, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya 2016
XVII+ 49 Halaman + 35 Lampiran**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan ekuitas merek dengan kepuasan pelanggan Telkomsel di Surabaya. Definisi kepuasan pelanggan menggunakan teori yang dikembangkan oleh Oliver (1981). Sedangkan ekuitas merek menggunakan teori yang dikembangkan oleh Aaker (1991).

Penelitian ini dilakukan pada pengguna Telkomsel di Surabaya dengan jumlah subjek penelitian sebanyak 234 orang. Data diperoleh menggunakan metode survei yang menggunakan pengembangan skala kepuasan pelanggan (Oliver, 1997, dalam Brockman, 1998) yang terdiri dari 12 aitem dan kuesioner ekuitas merek Multidimensional Brand Equity (Yoo & Donthu, 2001) yang terdiri dari 10 aitem.

Berdasarkan hasil uji korelasi dengan menggunakan spearman rho, diperoleh nilai korelasi positif antara ekuitas merek dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,525. Angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara ekuitas merek dengan kepuasan pelanggan Telkomsel di Surabaya.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Ekuitas Merek
Daftar Pustaka: 43 (1981-2015)

ABSTRACT

Lujeng Budi Agita, 11111027, *Correlation between Brand Equity and Customer Satisfaction Among Telkomsel Users in Surabaya, Undergraduate Thesis, Faculty of Psychology Universitas Airlangga Surabaya 2016* XVII+ 49 Pages + 35 Appendixes

The aims of this study are to examine correlation between brand equity and customer satisfaction among Telkomsel users in Surabaya. The definition of customer satisfaction used the theory developed by Oliver (1981). While brand equity used the theory developed by Aaker (1991).

This study was conducted on Telkomsel users in Surabaya with a total subject of 234 people. Data were collected with survey method used the development of customer satisfaction scale (Oliver, 1997, in Brockman, 1998) that consist 12 items and brand equity Multidimensional Brand Equity (Yoo & Donthu, 2001) that consist 10 items.

Result of Spearman's Rho correlation method showed that there is positive correlation between brand equity and customer satisfaction at 0,525. The result shows that there is significant correlation between brand equity and customer satisfaction among Telkomsel users in Surabaya.

Keywords: *Customer Satisfaction, Brand Equity*

Bibliography: 43(1981-2015)