

ABSTRAK

Anggi Pramulia NPM : 71200312061., Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Paket Data Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UISU Medan, Dibimbing oleh : Dr.Tengku Ahmad Helmi.S.E.,M.Si Sebagai Pembimbing I dan Julkarnain.S.Ag.,S.E.,M.M Sebagai Pembimbing II, Skripsi 2024

Pada era modern sekarang diikuti dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. PT Telkomsel merupakan operator telekomunikasi seluler dan Telkomsel mengklaim menjadi operator seluler dengan pengguna terbanyak di Indonesia. Permasalahan dalam penelitian ini adalah penggunaan internet yang semakin pesat menyebabkan banyak munculnya *brand* operator lokal, harga produk yang ditawarkan Telkomsel cukup tinggi dan Persaingan dengan kompetitor produk sejenis membuat Telkomsel harus terus berinovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Loyalitas Pengguna Paket Data Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UISU Medan. Populasi penelitian ini sebanyak 160 Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UISU Prodi Manajemen dengan menggunakan rumus pengambilan sampel Slovin diperoleh ukuran sampel sebesar 62 sampel dan dialokasikan ke masing-masing strata dengan menggunakan rumus proposional random sampling data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS 20. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel *Brand Image* dan Harga terhadap variabel Loyalitas Pengguna.

Kata Kunci : *brand image*, harga dan loyalitas pengguna

ABSTRACT

Anggi Pramulia NPM: 71200312061., The Effect of Brand Image and Price on Loyalty of Telkomsel Internet Data Package Users Among Students of the Faculty of Economics and Business UISU Medan, Supervised by: Dr.Tengku Ahmad Helmi, S.E., M.Si as Supervisor I and Julkarnain, S.Ag, S.E., M.M as Supervisor II, Thesis 2024.

In the modern era it is now followed by very rapid technological developments. PT Telkomsel is a cellular telecommunications operator and Telkomsel claims to be the cellular operator with the most users in Indonesia. The problem in this study is the increasingly rapid use of the internet which has led to the emergence of many local operator brands, the price of products offered by Telkomsel is quite high and competition with competitors of similar products makes Telkomsel have to continue to innovate. This study aims to determine the effect of brand image and price on loyalty of Telkomsel Internet Data Package users in students of the Faculty of Economics and Business UISU Medan. The population of this study were 160 students of the Faculty of Economics and Business UISU Management Study Program using the Slovin sampling formula obtained a sample size of 62 samples and allocated to each stratum using the proportional random sampling formula. The data was analyzed using the SPSS 20 program. Based on the research results, it can be concluded that there is a significant influence of the Brand Image and Price variables on the User Loyalty variable.

Keywords: brand image, price and user loyalty