

## ABSTRAK

### **Pengaruh Co-Branding Telkomsel – Garena FreeFire Terhadap Loyalitas Pelanggan Pelajar di Bandar Lampung**

Oleh

**Galuh Herika Sunandar**

Telkomsel, Permainan, dan Gawai adalah hal-hal yang sangat berkaitan. PT. Garena Indonesia melakukan *Co-Branding* bersama PT Telkomsel membentuk wadah untuk menampung para pemain game yang menggunakan layanan internet dari PT. Telkomsel bernama GameZ. PT Garena Indonesia bersama PT. Telkomsel membentuk *Co-Branding* bernama GameZ untuk mendukung pemasaran permainan online yang diterbitkan oleh PT. Garena Indonesia yaitu Freefire. Perusahaan GameZ yang menjadi hasil dari *Co-Branding* antara Telkomsel dan Garena FreeFire yang didirikan pada 2018 diharapkan menjadi metode promosi yang lebih baik bagi kedua perusahaan dalam menyebarluaskan produknya di Indonesia terutama di Bandar Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Co-Branding* Telkomsel-Garena Freefire terhadap loyalitas pelanggan pelajar di Bandar Lampung.

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan dianalisis menggunakan regresi linier. Data yang digunakan didalam penelitian ini didapat dari respon 260 responden pelajar di Bandar Lampung yang menggunakan kartu provider Telkomsel untuk memainkan permainan online Garena FreeFire. Hasil yang didapat dari penelitian ini ialah *Co-Branding* Telkomsel dan Garena FreeFire dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pelajar di Bandar Lampung secara positif dan signifikan.

Implikasi dari penelitian ini ialah disarankan kepada Telkomsel dan Garena Freefire menyediakan lebih banyak hadiah khusus atau eksklusif saat event promo. Telkomsel dan Garena Freefire disarankan mengadakan acara atau event promo yang dikonsep lebih menarik dibanding acara atau event sebelumnya. Telkomsel dan Garena Freefire juga harus menyediakan layanan keluhan pelanggan dengan sistem yang lebih baik dan staff customer service yang lebih mumpuni. Disarankan kepada Telkomsel untuk meningkatkan kualitas sinyalnya agar para pelanggan tetap nyaman saat bermain Garena Freefire sehingga para pelanggan menjadi setia akan produk Telkomsel.

**Kata Kunci : *Co-Branding*, Loyalitas**

## **ABSTRACT**

### ***The Influence of Telkomsel - Garena FreeFire Co-Branding Against Student Customer Loyalty in Bandar Lampung***

**By**

**Galuh Herika Sunandar**

*Telkomsel, Games, and Gadget are very related things. PT. Garena Indonesia held a Co-Branding with PT Telkomsel to form a forum to accommodate gamers who use internet services from PT. Telkomsel named GameZ. PT Garena Indonesia with PT. Telkomsel formed a Co-Branding named GameZ to support online game marketing published by PT. Garena Indonesia is Freefire. The GameZ company which is the result of Co-Branding between Telkomsel and Garena FreeFire which was founded in 2018 is expected to be a better promotional method for both companies in disseminating their products in Indonesia, especially in Bandar Lampung. The purpose of this study was to determine the effect of Telkomsel-Garena Freefire Co-Branding on student consumer loyalty in Bandar Lampung.*

*This research was conducted using a quantitative descriptive approach and analyzed using linear regression. The data used in this study were obtained from the responses of 260 student respondents in Bandar Lampung who used the Telkomsel provider to play the Garena Freefire online game. The results obtained from this study are the Co-Branding of Telkomsel and Garena Freefire can affect student loyalty in Bandar Lampung positively and significantly.*

*This research implies suggested that Telkomsel and Garena Freefire provide more special or exclusive prizes during the promo event. Telkomsel and Garena Freefire are advised to hold a promo event or event that is conceptualized more interesting than the previous event or event. Telkomsel and Garena Freefire must also provide customer complaint services with a better system and more qualified customer service staff. It is recommended to Telkomsel to improve the quality of the signal so that costumer remain comfortable while playing Garena Freefire so that costumers become loyal to Telkomsel products.*

**Keywords: Co-Branding, Loyalty**