

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI KOTA
KABAN JAHE**

SKRIPSI



OLEH :

SRI RABINANTRI BR MILALA

11170283

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2020

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL
DI KOTA KABAN JAHE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

Sri Rabinantri Br Milala

11170283

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FALKUTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

YOGYAKARTA

GASAL

2020/2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : SRI RABINANTRI BR MILALA
NIM : 11170283
Program studi : MANAJEMEN
Fakultas : BISNIS
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi (tuliskan salah satu)

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI
KOTA KABAN JAHE”**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 15 Januari 2021

Yang menyatakan



(SRI RABINANTRI BR MILALA)
NIM.11170283

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL
DI KOTA KABAN JAHE**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

SRI RABINANTRI BR MILALA

11170283

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 7 Januari 2021

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, S.E, M.M.
(Ketua Tim/Dosen Pembimbing)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M.
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

.....
.....
.....

Yogyakarta, 15 Januari 2021

Disahkan Oleh :

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

.....

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI KOTA KABAN
JAHE.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada program studi manajemen fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari di dapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 18 Desember 2020.



SRI RABINANTRI BR MILALA

11170283

HALAMAN MOTTO

Diriku berharga dan tetap andalkan Tuhan di setiap proses

-Sri Rabinantri Br Milala

Bukan kebahagiaan yang menjadikan anda bersyukur, rasa syukurlah yang menjadikan anda bahagia.

-Mario Teguh

Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.

-Ridwan kamil

Rahasia kesuksesan adalah melakukan hal yang biasa secara tidak biasa

-Jhon D.Rockefeller Jr

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ALLAH di dalam Nama Yesus Kristus
- Orang tua saya yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada saya dalam studi manapun kehidupannya saya baik secara moral maupun materi.
- Abang saya Lois Hardanta Milala dan Efredy Milala
- Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
- Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M.
- Almamater saya, Universitas Kristen Duta Wacana
- Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW
- Keluarga terkasih
- Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam keseharian terutama buat Visien Timisela dan Christine Marweng Titahena.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa, atas berkat bimbingan dan campur tangan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU TELKOMSEL DI KOTA KABAN JAHE” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Sejak awal penyusunan skripsi ini hingga selesai, penulis mendapat banyak bantuan dan masukan dari pihak. Oleh sebab itu , penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bimbingan dan karunia-Nya
2. Keluarga terkasih terutama kepada orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, doa dan semangat yang begitu luar biasa demi terselesaikannya skripsi ini
3. Bapak Jhonatan Herdiko, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan , arahan dan masukan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan skripsi
4. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE.,M.Si selaku dekan fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
5. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D. selaku wakil dekan I Bidang Akademik Manajemen.
6. Bapak Edi yang sudah membantu saya mengolah data dan mengajarkan SPSS untuk mendukung menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Segenap dosen dan staf pendukung akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses akademik dan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Para pengisi kuesioner yang telah meluangkan pemikiran daei waktu sehingga memberikan peran dalam terselesainya penelitian ini.
9. Buat kak alda yang telah membantu dan support dari jauh sampai skripsi ini selesai
10. Buat kak gita yang selalu bersedia buat saya tanya-tanya mengenai skripsi hingga sampai selesai
11. Buat orang-orang yang telah membantu dan mensuport saya ,Dikki, kak desi, kak firda, feni, ica, bg yoga, bg anugrah, Lesly serta buat teman-teman yang tidak terucap namanya satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan semangat yang teman-teman berikan.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam keseluruhan proses yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam skripsi ini, karena keterbatasan dalam diri penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga ini dapat semakin berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 18 Desember 2020

Penulis



Sri Rabinantri br Milala

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	6

BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Pengertian Manajemen.....	7
2.2 Pengertian Pemasaran (Marketing)	7
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.4 keputusan pembelian	9
2.5 Citra Merek.....	11
2.6 Kualitas Produk	13
2.6 Persepsi Harga	14
2.7 Tahap proses keputusan pembelian.....	15
2. 8 Penelitian terdahulu.....	19
2.9 Kerangka Konseptual.....	20
2.10 Perumusan Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Data.....	22
3.1.1 Data Primer (Primary Data).....	22
3.1.2 Data Sekunder (Secondary Data)	23
3.2 Pengumpulan Data	23
3.3 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran	24
3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	25
3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	26

3.3.3 Pengukuran Variabel	26
3.4 Metode Analisis Data	27
3.4.1 Uji Validitas.....	27
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	28
3.4.3 Analisis Deskriptif	29
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	30
3.4.5 Kofisien Determinasi (r^2)	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil pengujian Instrumen Penelitian	34
4.1.1 Uji Validitas.....	34
4.1.2 Uji Reabilitas	35
4.2 Analisis Deskriptif	37
4.2.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	37
4.2.2 Profil Responden berdasarkan usia	38
4.2.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	38
4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan saat ini	39
4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan Saat Ini	40
4.2.6 Profil Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan di Telkomsel	41
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	41
4.4 Uji Signifikasi	43

4.4.1 Koefisien Determinasi ().....	43
4.4.2 Uji Signifkasi Secara Pengaruh Simultan (Uji F)	44
4.4.3 Uji signifikasi pengaruh secara parsial (Uji t).....	46
4.5 Pembahasan	48
4.5.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.5.2 Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	50
4.5.3 Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.1.1 Profil Responden	52
5.1.2 Analisis Regresi Berganda	53
5.2 Saran	53
5.2.1 Saran untuk perusahaan kartu telkomsel	53
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

<u>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu</u>	19
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas	36
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	39
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Saat Ini	40
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Lamanya Berlangganan di Telkomsel	41
Tabel 4. 9 Analisis Regresi Linear Berganda	42
Tabel 4. 10 Koefisien Determinasi	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Modal Proses Pembelian Lima Tahap	18
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	20

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	57
Lampiran 2 Data Responden	62
Lampiran 3 Uji Validitas	65
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	67
Lampiran 5 Karakteristik Responden	71
Lampiran 6 Analisis Regresi Berganda	74
Lampiran 7 Halaman Persetujuan.....	86
Lampiran 8 Kartu Konsultasi.....	87
Lampiran 9 Revisi Judul Skripsi.....	89

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe. Variabel bebas pada penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan persepsi harga, sedangkan variable terikat adalah keputusan pembelian. Metode analisis yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan uji f dan uji t untuk mengedintifikasi variabel-variabel yang signifikan. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan telkomsel yang berada di kota kaban jahe yang berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitasnya.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan pengujian hipotesis menggunakan uji f menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan juga terhadap keputusan pembelian. diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0,462. Nilai tersebut dapat diartikan variabel citra merek, kualitas produk, persepsi harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 46,2% sisanya sebesar $100\% - 46,2\% = 53,8\%$ dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya seperti faktor promosi, demografi, distribusi dan lain-lain.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyse the effect of brand image, product quality and price perception to purchasing decisions for telkomsel cards in the city kaban jahe. Unimpeded variable of this research are brand image, product quality and price perception, while banded variable is buying decision. Analysis method the be used in this research is doubled linear regression by F test and t test to identify the variables the are significant. The sample in this research is telkomsel customers who are in the city kaban jahe that is total about 100 people and the method the is used is purposive sampling method. The aggregation of the data is done by using questionnaire that has been tested the validity and reability.

Hypotheses testing uses t test showsthat quality variable brand image, product quality and price perception related positively and significant to purchasing decisions and hypotheses testing uses F test shows that brand image, product quality and price perception positively and significant to satisfaction to purchasing decisions. Known the coefficient of determination (R-Square) 0,462. This value can be interpreted variable brand image, product quality and price perception to purchasing decisions amounting to 46,2% while 53,8% purchasing decisions can be explained by the other varable that isin't investigated in this research.

Keywords : *brand image, product quality and price perception to purchasing decisions for telkomsel cards in the city kaban jahe.*

©UKDWN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi saat ini membawa manusia untuk melakukan segala hal secara instan. Terlebih semenjak adanya pandemi virus corona yang mengakibatkan peralihan aktivitas menjadi serba online, untuk mencegah dari penularan wabah tersebut pemerintah menganjurkan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah. Kondisi semacam itu maka banyak pilihan kartu simcard yang ditawarkan oleh penyedia jaringan telekomunikasi. Dengan kondisi seperti ini maka perusahaan produsen telekomunikasi untuk melakukan strategi yang tepat untuk mempertahankan produk mereka dipasarkan. Dengan perkembangan jumlah pemakai yang semakin banyak juga muncul perusahaan-perusahaan produsen dalam bidang ini.

Telkomsel merupakan salah satu kartu prabayar yang sudah lama dikenal di masyarakat, telkomsel juga salah satu brand yang bergengsi dengan penetapan harga yang cukup mahal di banding dengan kartu prabayar lainnya, bahkan sering disebut orang kartu telkomsel ini merupakan kartu “Orang kaya”, dengan kualitas produk yang baik memiliki sinyal yang terjangkau di mana saja. Telkomsel juga tidak kalah saing dengan kartu prabayar lainnya. Dengan itu saya tertarik untuk mengambil judul tersebut karena saya penasaran bagi yang pengguna kartu telkomsel di kota Kaban Jahe, seperti yang saya tahu di kota Kaban Jahe dominan dengan anak sekolah yang belum memiliki penghasilan tetapi memilih kartu yang mahal untuk dipergunakan sehari-hari

Di Indonesia dunia telekomunikasi sudah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap manusia sudah menggunakan teknologi untuk berkomunikasi, dan itu menjawab kebutuhan manusia untuk berkomunikasi dengan siapa saja. Hal ini membuat perusahaan komunikasi menawarkan jasanya dalam memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang bisa menarik konsumen. Tumbuhnya pasar permintaan akan jasa telekomunikasi bukan hanya dimasyarakat perkotaan tetapi sampai ke pelosok daerah, tingginya permintaan akan jasa telekomunikasi membuat masyarakat mudah untuk berpindah ke operator lain yang menyediakan produk dan layanan yang menarik. Hal ini tidak terlepas dari persaingan antar operator telekomunikasi di Indonesia. Di saat ini, PT Telkomsel dapat menempati teratas industri seluler di Indonesia dengan jumlah pelanggan sebanyak 157,4 juta. Angka tersebut jauh di atas para pesaingnya. Dan Indosat di posisi kedua dengan jumlah pelanggan sebanyak 85 juta. Kemudian 3 dan XL di tempat ketiga dan keempat dengan jumlah 56,5 juta dan 44 juta pelanggan. Saat ini, persaingan ketat dalam merebut pelanggan lebih fokus pada layanan data internet. Untuk itu para operator harus meningkatkan kualitasnya, baik dari kecepatan, masa aktif, dan jaringannya dengan baik (www.telkomsel.com).

Keputusan pembelian konsumen menjadi faktor yang penting dalam penentu eksistensi suatu perusahaan. Suatu perusahaan dapat terus eksis jika rangsangan konsumen dalam memutuskan pembelian produk dari suatu pasar mendapat respons yang positif dari pasar itu sendiri. Konsumen akan membentuk sebuah preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling diminati dan berujung pada keputusan pembelian (Kotler & Keller, 2009).

Citra merek merupakan faktor terpenting dalam persaingan untuk mendapatkan tempat di pasar konsumen. Semakin baik citra merek yang melekat pada produk, semakin menarik konsumen dalam membeli produk. Konsumen memiliki keyakinan, ide dan kesan merupakan seperangkat citra untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk. Dengan adanya sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. Oleh sebab itu, konsumen sangat cenderung untuk membeli produk yang telah memiliki citra merek yang baik di pangsa pasar. Citra merek adalah apa yang dipersepsikan oleh konsumen untuk menggambarkan apa yang mereka pikirkan dan rasakan mengenai sebuah merek tersebut, Susanto (2004).

Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli, apakah sudah memenuhi apa yang diharapkan konsumen (Angipora, 2002). Definisi lain kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006). Produk yang memiliki kualitas yang baik dengan differensiasi yang juga baik akan menjadi produk yang kemungkinan besar memiliki konsumen loyal. Dengan memahami bagaimana perilaku konsumen akan memberi sumbangsih bagi perusahaan untuk merumuskan strategi pemasaran yang nantinya akan diimplementasikan dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka ke pasar. Artinya ketika suatu produk hendak diproduksi, jauh sebelumnya telah diketahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya, serta paling mudah disesuaikan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksudkan perusahaan kepada pasar tentang produk dan mereknya (Kotler,2005). Definisi lain harga adalah segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon,dkk, 2008). Menurut Angipora (2002), harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.

Penelitian ini dilakukan di kota kaban jahe yang merupakan ibu kota kabupaten yang dominan dengan anak sekolah dan berbagai kantor. Evaluasi dalam keputusan pembelian dalam penelitian ini dilakukan dengan faktor citra merek, kualitas produk dan harga produk kartu telkomsel. Menyadari bahwa pentingnya pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian di kota kaban jahe, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui masalah apa yang dihadapi dan bagaimana cara pemecahannya. Untuk itu penulis mengambil judul : **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Kota Kaban Jahe”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah citra merek pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kaban Jahe?
2. Apakah kualitas produk pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kaban Jahe?
3. Apakah harga pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kaban Jahe?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis citra merek pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kaban Jahe
2. Untuk menganalisis kualitas produk pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kota Kaban Jahe
3. Untuk menganalisis harga pengaruh terhadap pembelian kartu telkomsel di kota Kaban Jahe

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat bagi penulis Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe.
2. Manfaat bagi pengguna kartu telkomsel Mengetahui faktor yang berpengaruh paling dominan bagi pelanggan melalui analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian kartu telkomsel di Yogyakarta
3. Manfaat bagi dunia akademik Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi ataupun sebagai data pembanding sesuai dengan bidang yang akan diteliti, memberikan sumbangan pemikiran, menambah wawasan pengetahuan serta memberikan bukti empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian : kota kaban jahe
2. Responden : kartu telkomsel di kota kaban jahe
3. Variable bebas : citra merek,kualitas produk dan harga kartu telkomsel.
4. Variable terikat : keputusan pembelian produk kartu telkomsel
5. Jumlah responden : 100 Responden
6. Ukuran yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian mengacu pada kuesioner.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Profil Responden

Hasil pengolahan data profil responden yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan profil responden terbanyak dengan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 60 responden (60%), usia antar 18-24 tahun sebanyak 42 responden (42%) ,tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK sebanyak 68 responden (68%), pekerjaan saat ini mahasiswa sebanyak 33 responden (33%), pendapatan per bulan saat ini ini >Rp.1.500.000-Rp.3.000.000 sebanyak 35 responden (35%) , dan lamanya berlangganan di telkomsel selama 5 Tahun lebih sebanyak 77 responden (77%). Profil tersebut merupakan bagian dari total keseluruhan 100 orang responden (100%).

5.1.2 Analisis Regresi Berganda

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan yaitu dari variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga dapat dilihat dari:

1. Variabel citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe secara parsial. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

2. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe secara parsial. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ini diterima.
3. Variabel persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu telkomsel di kota kaban jahe secara parsial. Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Saran

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun saran-saran yang diajukan penulis antara lain :

5.2.1 Saran untuk perusahaan kartu telkomsel

Dari hasil analisis dan penelitian yang telah dilakukan dengan cara menyebarkan 100 kuesioner dan diuji menggunakan aplikasi SPSS membuktikan bahwa citra merek, kualitas produk dan persepsi harga sudah memiliki hasil yang baik. Saran untuk kedepannya bagi perusahaan adalah untuk menjaga dan meningkatkan citra merek, kualitas produk dan persepsi harga untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dengan memberikan kesan merek yang baik, kualitas produk yang baik dan persepsi harga yang baik agar konsumen tidak ragu-ragu untuk membeli kartu telkomsel.

5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, harga, dll yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi. Kemudian bagi penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan penambahan jumlah sampel, sehingga akan lebih valid dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Gio, P. C. (2018), *Pedoman Dasar Mengelola Data Dengan Program Aplikasi Statistika Statcal*, USU press, Medan
- Haper B.w, a. O, (2000), *Manajemen Pemasaran: Suatu pendekatan strategis dengan orientasiglobal*, edisi II. jilid 1, Penerbit :Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., (2014), *Principles of Marketing*, jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., (2014), *Principles of Marketing*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, P., (2000), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1&2. Edisi Milenium. PT. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P., (2009). *Manajemen Pemasaran* . jilid 1 edisi 12, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotlerr, P., (1992), *Dasar-dasar pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kurnia, A., (2013), *Analisis pengaruh persepsi harga, brand image, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian handphone atau smartphone samsung jenis android*, Universitas Diponegoro, Semarang
- Lembang, D., (2010), *Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaua Terhadap Keputusan Pembelian Teh Sithe Minum dalam Kemasan Merek The Botol Sosro*, Jurnal Manajemen.
- Mananake, L. M., (2013), *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol 1 No 4, Manado
- Nawari, (2010), *Analisis Regresi dengan MS Excel 2017 dan SPSS 17*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Novalina, M., (2017), *Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Kualitas Produk, Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo di Universitas Sadhar Jogja*, Skripsi, Universitas Sanatha Dharma. Yogyakarta
- Roslina, (2009), *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk*, Jurnal Bisnis dan Manajemen.
- S, A., (2012), *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 6 Universitas Samudra, Aceh.
- Sari, H, (2016), *Pengaruh Citra Merek, FItur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi si DIY*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiyono, (2010), *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung

Tjiptono, F., (2008), *Strategi Pemasaran* , Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, F., (2012), *Total Quality Manajement*, Edisi Revisi, Penerbit CV Andi, Yogyakarta.

©UKDW