

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER
TELKOMSEL**

**(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber
Park)**

SKRIPSI

RAKA ADITYA RIVANDI

21160000276



**PROGRAM STUDI SRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER
TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

SKRIPSI

RAKA ADITYA RIVANDI

21160000276



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER TELKOMSEL

(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 28 Juli 2021

Raka Aditya Rivandi

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND
IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
PROVIDER TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, Juli 2021

Pembimbing,



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



M. Ramaditya, BBA, MSc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER TELKOMSEL**
(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

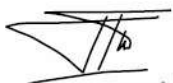
Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh
Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
pada tanggal 12 Agustus 2021 dengan nilai.....

Panitia Ujian Skripsi

1.  M. Ramaditya, BBA, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

2.  Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Pembimbing)

3.  Dr. Gatot Prabantoro, SE, MM
(Anggota Penguji 1)

4.  Asep Saefurahman, SE, ME
(Anggota Penguji 2)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT berkat karunia – Nya, sebagai peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam menyusun skripsi ini.
2. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Fathillah Jakarta (YPFJ).
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, Msc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Ibu dan bapak selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
5. Bapak M. Ramaditya, BBA, MSc selaku kepala program studi S-1 Manajemen.
6. Seluruh Dosen dan *Staff* Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Pihak GraPARI Bekasi Cyber Park yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data penelitian.
8. Bapak Rachmat Rivandi, SE selaku orang tua yang tak pernah berhenti memberikan kasih sayang, bantuan dukungan materiil dan moral, serta do'a kepada penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.

9. Dina Mardiana yang selalu mendukung dan memberikan semangat serta telah banyak membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Bapak Aden Apandi SE, M.Ak yang telah membantu serta mengarahkan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman, sahabat serta bantuan lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 28 Juli 2021

RAKA ADITYA RIVANDI

NPK 21160000276

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Raka Aditya Rivandi
NPM	: 21160000276
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Hak Bebas Royalti Nonklusif (Non - exclusive Royalty- Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA PROVIDER TELKOMSEL (Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencatumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 28 Juli 2021

Yang menyatakan,

Raka Aditya Rivandi

Raka Aditya Rivandi

Dosen Pembimbing :

NPK : 21160000276

Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

Program Studi S-1 Manajemen

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA
PROVIDER TELKOMSEL**

(Studi Kasus Pada GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, brand image, dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen pengguna provider telkomsel pada Grapari Bekasi Cyber Park.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung dan pengguna provider Telkomsel yang berkunjung ke GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiasi dan pendekatan kuantitatif, diukur dengan menggunakan SPSS 26.0. Uji instrument penelitian ini berupa uji validitas dan reliabilitas. Analisis statistik data pada penelitian ini adalah analisis koefisien korelasi parsial, analisis koefisien korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis secara parsial.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dalam uji validitas instrument penelitian pada setiap variabel dinyatakan valid dengan hasil olah data $r_{hitung} > 0,30$. Uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel dengan hasil olah data memiliki nilai $> 0,60$. Hasil membuktikan bahwa Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 50.4%. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kontribusi sebesar 55%. Sedangkan brand image dengan kontribusi sebesar 26% tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Sehingga hanya harga dan kualitas layanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (besaran % ini diambil dari besaran KD -nya atau kontribusinya).

**Kata kunci : Persepsi Harga, Brand Image, Kualitas Layanan, Loyalitas
Konsumen**

Raka Aditya Rivandi

Supervisor :

NPK : 21160000276

Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

Study Program S-1 Management

***THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE AND
QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER LOYALTY OF TELKOMSEL
PROVIDER USERS
(Case Study on GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park)***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, brand image, and service quality on consumer loyalty of Telkomsel provider users at Grapari Bekasi Cyber Park.

The population in this study were all visitors and users of Telkomsel providers who visited GraPARI Telkomsel Bekasi Cyber Park with a total sample of 96 respondents. This study uses an associative research and a quantitative approach, measured using SPSS 26.0. The test instrument of this research is in the form of validity and reliability test. Statistical analysis of the data in this study is partial correlation coefficient analysis, multiple correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and partial hypothesis testing.

The results of the study prove that in the test of the validity of the research instrument, each variable is declared valid with the results of data processing $r_{count} > 0.30$. The reliability test of all variables was declared reliable with the results of data processing having a value of > 0.60 . The results prove that price perception has a significant effect on consumer loyalty with a contribution of 50.4%. Service quality has a significant effect on consumer loyalty with a contribution of 55%. Meanwhile, brand image with a contribution of 26% has no significant effect on consumer loyalty. So that only price and service quality have a significant effect on consumer loyalty (this % is taken from the amount of its KD or contribution).

Keywords : Price Perception, Brand Image, Quality Of Service, Consumer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penulisan	6
1.4. Manfaat Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Review Hasil-hasil Penulisan Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Bauran Pemasaran	12
2.2.2. Persepsi Harga	18

2.2.3. Kualitas Layanan	23
2.2.4. Brand Image (Citra Merek)	31
2.2.5. Loyalitas Konsumen	39
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian	47
2.4. Pengembangan Hipotesis	49
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1. Strategi Penelitian	51
3.2. Populasi dan Sampel	52
3.2.1. Populasi Penelitian	52
3.2.2. Sampel Penelitian	52
3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data	53
3.4. Operasionalisasi Variabel	55
3.5. Metode Analisis Data	60
3.5.1. Pengolahan Data	60
3.5.2. Penyajian Data	60
3.5.3. Metode Analisis Statistik Data	60
3.5.4. Uji Instrumen Penelitian.....	61
3.5.5 Uji Hipotesis	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1. Deskripsi Perusahaan	67
4.2. Deskripsi Responden	67
4.3. Deskripsi Data	69

4.3.1. Uji Validitas	71
4.3.2. Uji Reabilitas	73
4.4. Analisis Statistik Data	75
4.4.1 Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	75
4.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis	76
4.5. Temuan Hasil Penelitian	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	80
DAFTAR REFERENSI	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tarif Harga Telkomsel.....	5
Tabel 3.1. Skor Jawaban Kuesioner.....	56
Tabel 3.2. Indikator Harga.....	58
Tabel 3.3. Indikator Brand Image	58
Tabel 3.4. Indikator Kualitas Layanan.....	59
Tabel 3.5. Indikator Loyalitas Konsumen	60
Tabel 4.1. Deskripsi Data Responden	68
Tabel 4.2. Validitas Instrumen Persepsi Harga	71
Tabel 4.3. Validitas Instrumen Kualitas Layanan.....	71
Tabel 4.4. Validitas Instrumen Brand Image.....	72
Tabel 4.5. Validitas Instrumen Loyalitas Konsumen.....	72
Tabel 4.6. Hasil Keseluruhan Uji Validitas.....	73
Tabel 4.7. Hasil Uji Reabilitas Persepsi Harga.....	74
Tabel 4.8. Hasil Uji Reabilitas Kualitas Layanan.....	74
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas Brand Image.....	74
Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Konsumen.....	75
Tabel 4.11. Hasil Uji T	75
Tabel 4.12. Koefisien Determinasi Kontribusi X_1, X_2, X_3 Terhadap Y	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data pengguna provider telkomsel.....	4
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	51
Gambar 4.2. Diagram Skala Likert Persepsi Harga	69
Gambar 4.3. Diagram Skala Likert Kualitas Layanan	69
Gambar 4.4. Diagram Skala Likert Brand Image	69
Gambar 4.5. Diagram Skala Likert Loyalitas Konsumen	69
Gambar 4.6. Kerangka Konseptual & Hasil Koefisien Determinasi	78