

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**
(Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)

SKRIPSI

DON BOSCO MULA HORAS
21170000169



Don Bosco Mula Horas
4/8/2021

PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)**

SKRIPSI

DON BOSCO MULA HORAS

21170000169



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

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

2021

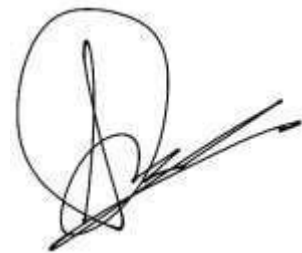
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 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 kemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 10 September 2021



Don Bosco Mula Horas
NPM 21170000169

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Rama Chandra, SE, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, 11 September 2021

Pembimbing,



Rama Chandra, SE, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya BBA, M.Sc





HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 9 September 2021 dengan nilai ...

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA., MSc.
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Rama Chandra, SE., ME
(Pembimbing)
3.  : Dr. Dian Surya Sampurna, SE., M.M
(Penguji I)
4.  : Asep Saefurahman, SE., M.Si
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

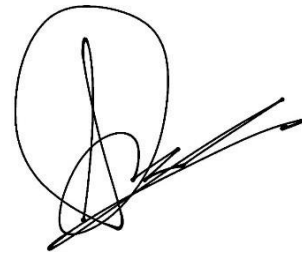
Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)” sebagai bentuk persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini ucapan terima kasih peneliti di tujukan pada:

1. Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna, SE., M.M dan Bapak Asep Saefurahman, SE., M.Si selaku Dosen Penguji yang telah menyediakan waktu dan tenaga atas saran selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., MSc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Seluruh Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi.
6. Kepada orang tua peneliti (Bapak Piner Parhusip dan Ibu Shinta Hutajulu) yang selalu memberikan doa, dorongan dan semangat selama menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat peneliti sejak SMA yang selalu memberikan motivasi terbaik dan doanya kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan penelitian ini sebaik mungkin, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan atau kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan segala kekurangan pada skripsi ini.

Jakarta, 10 September 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'D' followed by several horizontal and diagonal strokes.

Don Bosco Mula Horas
NPM 21170000169

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Don Bosco Mula Horas
NPM : 21170000169
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti NonEksklusif** (*Non-Exlcusif Royalty – Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

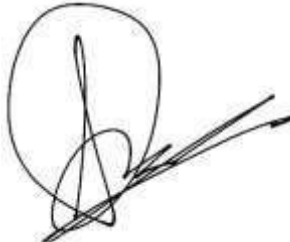
(Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 10 September 2021

Yang menyatakan,



Don Bosco Mula Horas

Don Bosco Mula Horas
NPM : 21170000169
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Rama Chandra, SE., ME

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus pada Kartu Perdana by.U Telkomsel)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana by.U Telkomsel.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna kartu perdana by.U Telkomsel sampai sekarang. Sampel yang diambil adalah pengguna kartu perdana by.U dari tahun 2019 sampai sekarang dengan jumlah 100 respon dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan kuesioner skala *Likert*. Penelitian ini menggunakan analisis jalur dengan metode *Partial Least Square* dengan aplikasi WarpPLS 7.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga, citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Don Bosco Mula Horas
NPM : 21170000169
S-1 Management Study Program

Supervisor Lecturer:
Rama Chandra, SE., ME

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, BRAND IMAGE
AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS (Case
Study on the Prime Card by.U Telkomsel)***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price perception, brand image and product quality on purchasing decisions of Telkomsel by.U starter packs.

This research uses quantitative research by using questionnaire data collection method. The population of this research is all Telkomsel by.U SIM card users until now. The sample taken is by.U starter pack users from 2019 until now with a total of 100 responses using purposive sampling technique. Data were analyzed using a Likert scale questionnaire. This research uses path analysis with Partial Least Square method with WarpPLS 7.0 application.

The results showed that price perception, brand image and product quality had an effect on purchasing decisions. Price perception affects purchasing decisions, brand image affects purchasing decisions and product quality affects purchasing decisions.

Keyword: Price Perception, Brand Image, Product Quality and Buying Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Review Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.2.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	13
2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.3 Persepsi Harga	16
2.3.1 Pengertian Harga.....	16
2.3.2 Peranan Harga	16
2.3.3 Indikator Harga	17
2.4 Citra Merek.....	18
2.4.1 Pengertian Citra Merek	18

2.4.2 Tujuan Merek	18
2.4.3 Fungsi Merek	19
2.4.4 Makna dan Tipe Merek	19
2.4.5 Manfaat Citra Merek	20
2.4.6 Karakteristik Merek	21
2.4.7 Indikator Citra Merek.....	22
2.5 Kualitas Produk	22
2.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	23
2.5.3 Dimensi Kualitas Produk	24
2.5.4 Tingkatan Produk	25
2.5.5 Indikator Kualitas Produk	25
2.6 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	26
2.6.1 Keterkaitan antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian 26	
2.6.2 Keterkaitan antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian ...	27
2.6.3 Keterkaitan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian 28	
2.7 Kerangka Konseptual Penelitian	28
2.8 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODA PENELITIAN	30
3.1 Strategi Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi Penelitian	30
3.2.2 Sampel Penelitian.....	30
3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	32
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Statistik Deskriptif	35
3.5.2 Analisis Jalur	36
3.5.2.1 Analisis <i>inner model</i>	38
3.5.3 Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41

4.1 Deskripsi Objek Penelitian	41
4.1.1 Paket by.U dan Topping kuota by.U	42
4.1.2 Visi dan Misi Telkomsel	45
4.2 Deskripsi Responden	45
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2 Responden Berdasarkan Tingkat Usia	45
4.2.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	46
4.2.4 Deskripsi Jawaban Responden	47
4.2.4.1 Deskripsi Variabel	47
4.2.4.2 Indeks Keputusan Pembelian	47
4.2.4.3 Indeks Persepsi Harga	48
4.2.4.4 Indeks Persepsi Citra Merek	49
4.2.4.5 Indeks Persepsi Kualitas Produk	50
4.3 Analisis Jalur	51
4.3.1 Analisis Outer Model	51
4.3.2 Analisis Inner Model	53
4.4 Uji Hipotesis dan Analisis Pengaruh Langsung	55
4.5 Rangkuman Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR REFERENSI	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Variabel Indikator, Sub-indikator Harga.....	33
Tabel 3. 3 Variabel Indikator, Sub-indikator Citra Merek.....	33
Tabel 3. 4 Variabel Indikator, Sub-indikator Kualitas Produk	34
Tabel 3. 5 Variabel Indikator, Sub-indikator Keputusan Pembelian	34
Tabel 4. 1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 4. 2 Profil responden berdasarkan tingkat usia	46
Tabel 4. 3 Profil responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	46
Tabel 4. 4 Indeks Persepsi Skor Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian	47
Tabel 4. 5 Indeks Persepsi Skor Rata-Rata Variabel Harga	48
Tabel 4. 6 Indeks Persepsi Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek.....	49
Tabel 4. 7 Indeks Persepsi Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk	50
Tabel 4. 8 Nilai <i>Loading</i> Variabel Reflektif	51
Tabel 4. 9 <i>Square Roots of Average Variances Extracted (AVEs) and Correlagtion</i>	52
Tabel 4. 10 Tabel <i>Composite Reliability</i>	53
Tabel 4. 11 Tabel Model Fit Indeks.....	53
Tabel 4. 12 Tabel <i>R-squared Contributions</i>	54
Tabel 4. 13 Tabel Koefisien Jalur.....	56
Tabel 4. 14 Tabel Koefisien Jalur.....	56
Tabel 4. 15 Tabel Koefisien Jalur.....	57
Tabel 4. 16 Tabel Rangkuman Hasil Penelitian.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hasil Penelitian	28
Gambar 4. 1 Hasil Penelitian	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2. Tabulasi item kuesioner	68
Lampiran 3. Data sample.....	69
Lampiran 4. Output WarpPLS 7.0.....	72
Lampiran 5. Surat Keterangan Penliti	77
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	78