

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

SKRIPSI



**OLEH :
SRI TIODORA MUNTHE
11180475**

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

2021

HALAMAN PENGAJUAN

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 Tiodora Br Munthe

11180475

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

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 Tiodora Br Munthe
NIM : 11180475
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi 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 PRABAYAR TELKOMSEL DI KOTA BERASTAGI”

beserta 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 : 18 Januari 2022

Yang menyatakan



(Sri Tiodora Br Munthe)
NIM.11180475

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

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

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

Sri Tiodora Br Munthe

11180475

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis




Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 10 Januari 2022

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Hardo Firmana G.G Manik, SE., M.Sc
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Tanda Tangan


.....

.....

.....

Yogyakarta, 18 Januari 2022

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si. Ph.D

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh Citra Merck, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan
Pembelian Kartu Telkomsel di Kota Berastagi

Nama : Sri Tiodora Br Munthe

Mata Kuliah : Skripsi

Fakultas : Bisnis

Semester : Gasal

Tahun : 2021/2022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji,

Yogyakarta, 13 Desember 2021

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

DUTA WACANA

(Lucia Nurbani Kartika, S.Pd, Dipl. Secr, MM)

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
BERASTAGI**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 13 Desember 2021



Sri Tiodora Br Munthe (11180475)

HALAMAN MOTTO

Tidak ada kesuksesan tanpa doa dan perjuangan

Sri Tiodora Br Munthe

Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.

Filipi 4:6

Kesempatan dan peluang tidak tercipta begitu saja. Kamu yang menciptakannya

Chris Grosser

Apa yang tampak bagi kita sebagai cobaan pahit sebenarnya merupakan berkah yang tersembunyi.

Oscar Wilde

Mimpi tidak terwujud nyata melalui ilmu sihir. Dibutuhkan keringat, tekad, dan kerja keras.

Collin Powell

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan rasa syukur kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberkati dan menyertai penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua yang saya cinta Bapak Ropinus Munthe dan Ibu Sabarina Br Sitepu yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada saya dalam studi maupun dalam kehidupan sehari-hari baik secara moral maupun materi.
3. Kakak dan abang yang saya sayang Evi Puspa Br Munthe dan Darwista Wiranata Munthe yang selalu memberikan dukungan dan memotivasi penulis.
4. Ibu Lucia Nurbani Kartika, SPd. MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan sejak penentuan judul hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Untuk kak Nantri yang sudah bersedia memberikan arahan dan pemikiran mengenai skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Untuk sahabat-sahabat seperjuangan skripsi sekaligus menjadi keluarga saya di tanah perantauan yang saya sayangi Lora Br Ginting, Aprida Greace Sinaga, Michelle Simaremare dan Febiyola Marchelina.
7. Untuk teman-teman yang lain yang tidak dapat saya ucapkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan semangat dan selalu saling memberikan dukungan.
8. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL DI KOTA BERASTAGI” dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis sadar bahwa penulis memiliki kelemahan keterbatasan sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menerima bantuan dari berbagai pihak hingga terselesaikannya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang sudah memberikan dukungan, motivasi, arahan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini. Terutama kepada keluarga yang saya cintai, terutama Bapak Ropinus Munthe dan Ibu Sabarina Br Sitepu yang selalu memberikan dukungan yang tak terhingga serta selalu mendoakan saya dan selalu memberikan perhatian baik moril dan materil. Dan kepada kakak dan abang ku yang saya sayangi Evi Puspa Munthe dan Darwista Wiranata Munthe yang selalu memberi semangat dan dukungan.

Penulis juga mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada orang yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, yang saya hormati Ibu Lucia Nurbani Kartika, SPd, MM. Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang sudah berkenan membagikan ilmunya serta memberikan semangat, dukungan dan motivasi. Dan bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan pelajaran yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.

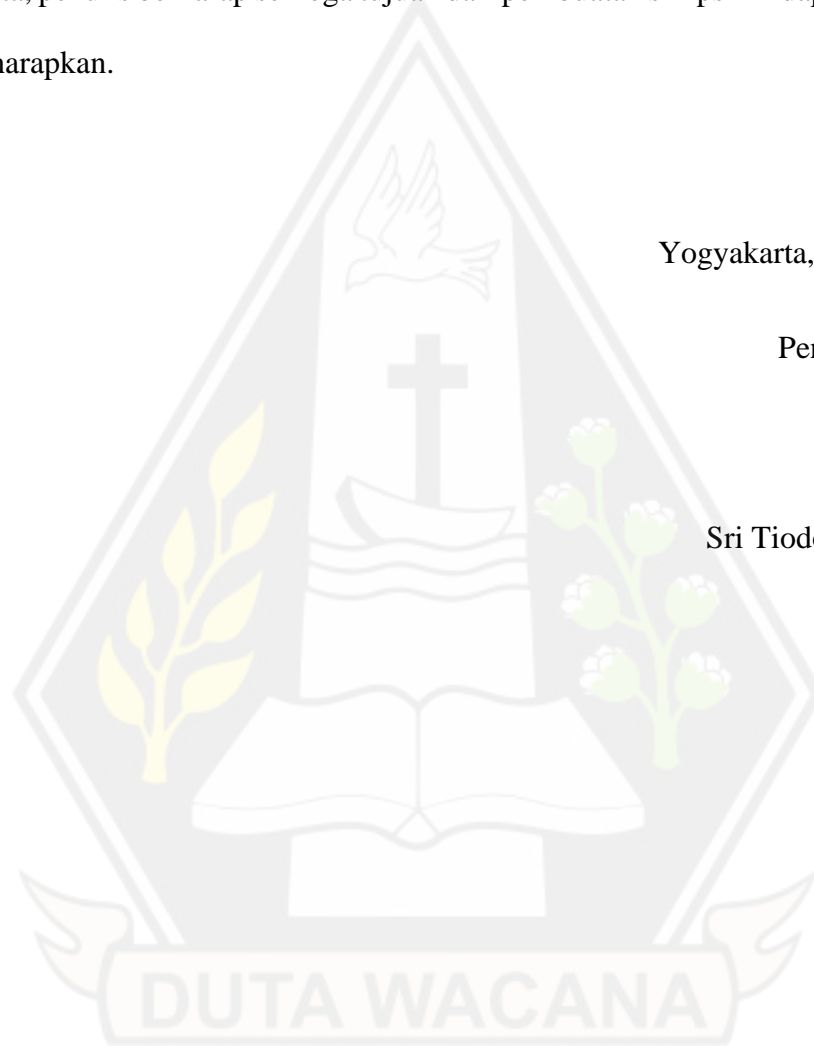
Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis percaya bahwa Tuhan Yang Maha Esa memberikan rahmat yang berlimpah kepada pihak yang bersedia membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.

Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Yogyakarta, Desember 2021

Penulis

Sri Tiodora Br Munthe



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Manajemen Pemasaran	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	10

2.3 Citra Merek	14
2.4 Kualitas Produk	18
2.5 Persepsi Harga	22
2.6 Penelitian Terdahulu	24
2.7 Kerangka Hipotesis.....	27
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Data	30
3.1.1 Data Primer	30
3.1.2 Data Sekunder	31
3.2 Pengumpulan Data.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran	32
3.3.1 Variabel Bebas (Independent Variabel)	33
3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variabel).....	34
3.3.3 Pengukuran Variabel.....	34
3.4 Metode Analisa Data.....	37
3.4.1 Uji Validitas.....	37
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.4.3 Analisis Deskriptif.....	40
3.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.4.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	45
4.1.1 Uji Validitas.....	45
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.2 Analisis Deskriptif.....	48

4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Apakah Sudah Pernah Membeli/Memakai Kartu Prabayar Telkomsel.....	48
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan usia.....	49
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	50
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	52
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	53
4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.4	Uji Signifikan.....	57
4.4.1	Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.4.2	Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F).....	58
4.4.3	Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji t)	59
4.5	Pembahasan.....	61
4.5.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	63
4.5.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	64
BAB V KESIMPULAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.1.1	Profil Responden	67
5.1.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
5.1.3	Hasil Analisis Uji F	68
5.1.4	Hasil Analisis Uji t	68
5.2	Saran	70
5.2.1	Bagi Perusahaan Kartu Telkomsel.....	70
5.2.2	Bagi Peneliti Selanjutnya	71
5.3	Keterbatasan penelitian.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN.....		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 4.1 Uji Validitas	46
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Apakah Sudah Pernah Membeli/Memakai Kartu Prabayar Telkomsel.....	48
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan usia	49
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	52
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	53
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji F	58
Tabel 4.13 Hasil Uji t	60
Tabel 4.14 Hasil Penelitian.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pelanggan Kartu SIM Prabayar Telkomsel.....	3
Gambar 2.2 Kerangka Hipotesis	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 2 Data Responden.....	80
Lampiran 3 Uji Validitas.....	89
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	98
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
Lampiran 7 Halaman Persetujuan.....	103
Lampiran 8 Kartu Konsultasi.....	104
Lampiran 9 Revisi Judul Skripsi.....	106
Lampiran 10 Revisi Sidang Skripsi.....	107



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi. Variabel independen pada penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan uji koefisien determinasi (R^2), uji f dan uji t untuk menganalisis variabel-variabel yang signifikan serta uji validitas dan reliabilitas. Sampel dalam penelitian ini yaitu pelanggan kartu prabayar yang pernah membeli dan menggunakan kartu Telkomsel di kota Berastagi yang berjumlah 100 responden dan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang sudah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t yang membuktikan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan hipotesis yang menggunakan uji f membuktikan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0,445 sisanya sebesar $100\% - 44,5\% = 55,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, distribusi dan yang lainnya.

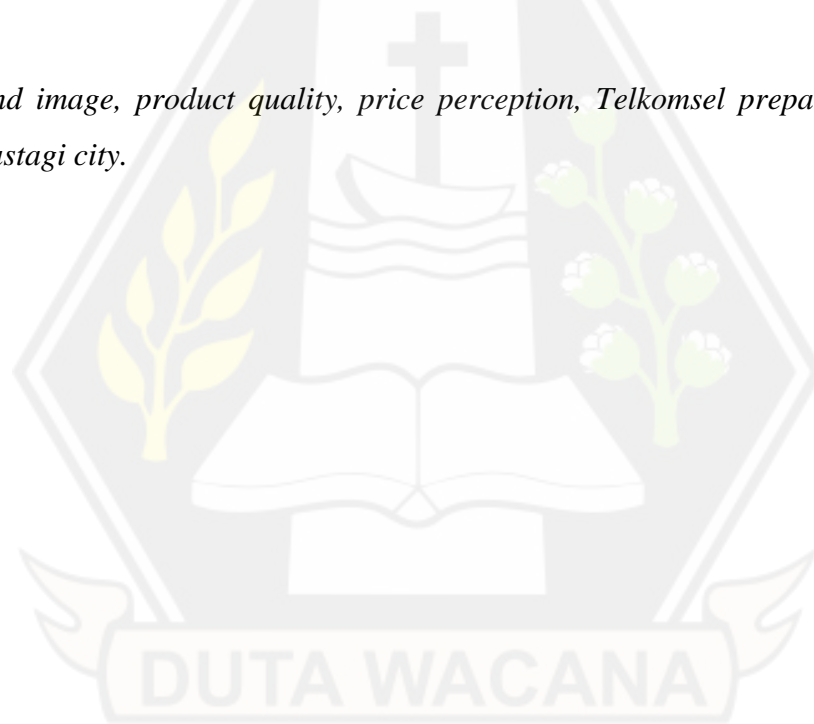
Kata kunci : citra merek, kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian kartu prabayar telkomsel di kota Berastagi.

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze brand image, product quality, and price perceptions on the decision to purchase Telkomsel prepaid cards in Berastagi city. The independent variables in this study are brand image, product quality and price perception, while the dependent variable in this study is purchasing decisions. This study uses multiple linear regression analysis with the coefficient of determination (R^2), f test and t test to analyze the significance of the variables and test the validity and reliability. The sample in this study is prepaid card customers who have purchased and used a Telkomsel card in Berastagi city, totaling 100 respondents and using purposive sampling method. Data collection is done by distributing questionnaires that have been tested for validity and reliability.

Hypothesis testing is done by using t test which proves that the variables of brand image, product quality and price perception have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. And the hypothesis that uses the f test proves that the variables of brand image, product quality and price perception have a positive and significant effect on purchasing decisions. And it is known that the coefficient of determination (R -Square) is 0.462, the remaining $100\% - 46.2\% = 53.8\%$ is influenced by other variables such as promotion, distribution and others.

Keywords: *brand image, product quality, price perception, Telkomsel prepaid card purchase decision in Berastagi city.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri telekomunikasi yang telah berkembang hingga sekarang begitu membantu segala aktivitas manusia dengan cepat. Di masa pandemi COVID-19 saat ini industri telekomunikasi memiliki peran yang penting untuk menjaga kegiatan masyarakat agar tetap berlangsung. Ditambah lagi dengan adanya aturan pemerintah seperti Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang membuat industri telekomunikasi sebagai kebutuhan yang harus ada. Pandemi memaksa masyarakat untuk lebih mengenal teknologi karena kebanyakan aktivitas menggunakan metode daring, maka dari itu kualitas jaringan sangat dibutuhkan agar aktivitas yang berlangsung dapat berjalan dengan lancar. Dengan kondisi seperti ini persaingan antar perusahaan produsen telekomunikasi semakin ketat dan semua perusahaan berusaha untuk melakukan yang terbaik agar tetap bisa mempertahankan perusahaannya walaupun saat pandemi masih mewabah mereka dapat bertahan di masa pandemi COVID-19.

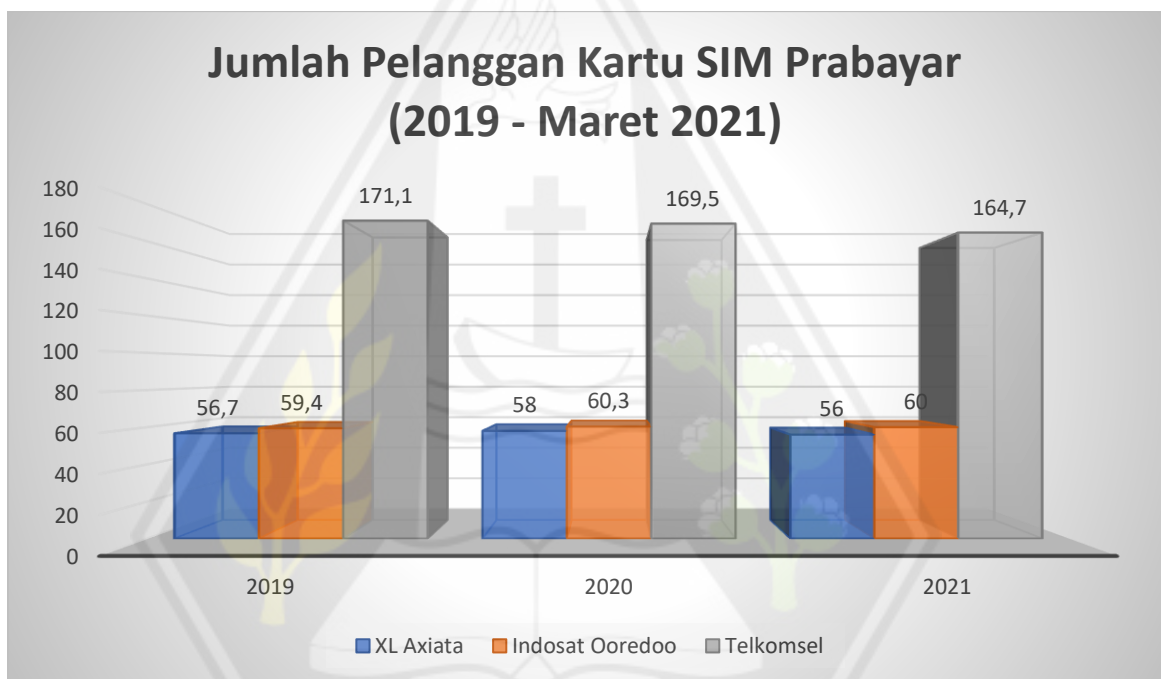
Telkomsel merupakan kartu prabayar yang memiliki jangkauan sinyal yang luas dan kualitas jaringan yang sangat bagus, bahkan Telkomsel memiliki jaringan tercepat dan menjadi penyedia jaringan internet terbesar di Indonesia. Kartu prabayar Telkomsel sudah dikenal luas oleh masyarakat Indonesia, bahkan kartu prabayar Telkomsel memiliki harga yang terbilang cukup tinggi, namun Telkomsel masih diminati oleh banyak orang. Bahkan, di era digitalisasi ini apalagi di masa pandemi COVID-19 jaringan internet menjadi kebutuhan dasar dalam menjalankan aktivitas sehari-hari (www.telkomsel.com).

Telkomsel tidak hanya memiliki jaringan yang luas tetapi telkomsel telah sukses menyabet sebuah penghargaan berkategori “Telekomunikasi dengan kriteria Inisiatif Tanggap Darurat COVID-19 – Dukungan Kesehatan Medis dan Pendidikan Online” dalam ajang *Iconomics CSR Award 2020*. Pihak Telkomsel menerima penghargaannya itu ketika acara penganugerahan dan juga diisi seminar daring dengan tajuk “*Strengthening Social Responsibility In Pandemic Era*” tanggal 4 Desember 2020. Telkomsel telah mengambil inisiatif dalam membantu penanganan atas penyebaran wabah Covid-19 dengan independen ataupun saling berkoaborasi dalam bidang (sektor) pendidikan serta kesehatan. Ditinjau dari sektor pendidikan, pihak telkomsel menjadi sarana penerapan (pengimplementasian) aktivitas pembelajaran yang dilaksanakan online (daring) lewat sebuah inisiatif MBJJ (Merdeka Belajar Jarak Jauh) di dalamnya menyediakan beberapa macam pilihan yakni paket kuota belajar, kartu perdana MBJJ, serta kuota belajar. Tidak hanya itu, pihak telkomsel juga telah menguatkan sistem kolaborasinya dengan Kemendikbud lewat program inisiatif MBJJ yakni yang menyediakan paket kuota belajar. Oleh karena itu, ketertarikan penulis akan penelitian ini semakin besar dikarenakan Telkomsel tidak hanya bekerja dalam pengembangan jaringan saja melainkan telkomsel memiliki inisiatif dalam membantu penanganan COVID-19. (<https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-mendapat-apresiasi-atas-upaya-penanganan-dampak-covid-19>).

Namun, dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 PT. Telkomsel menciptakan jaringan yang memiliki kualitas tinggi, berbagai jaringan seperti 2G, 3G, dan 4G LTE merupakan jenis jaringan yang pertama kali dihadirkan di Indonesia oleh Telkomsel. Kini, Telkomsel sedang mempersiapkan jaringan 5G di Indonesia sebagai bentuk usaha dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0, kini seluruh anak bangsa dapat menikmati kecepatan jaringan Telkomsel dari berbagai wilayah tanah air, yang ada di daerah terpencil dan daerah perbatasan sekalipun yang

sudah menjadi prioritas utama dari Telkomsel. Untuk menjadi pilihan utama masyarakat dalam menghadapi gaya hidup serba digital, Telkomsel melakukan inovasi dengan menciptakan berbagai *channel* untuk memudahkan melakukan pelayanan kepada pelanggan Telkomsel dengan menggunakan beberapa macam aplikasi diantaranya GraPARI, layanan *Call Center* 24 jam, Asisten Virtual Telkomsel, MyTelkomsel di semua wilayah tanah air. (<https://www.telkomsel.com/about-us/our-story/our-history>)

Gambar 1.1



Sumber : Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) 2021.

Dari data yang tersaji dalam grafik tersebut bisa kita ketahui bila telkomsel berada di tingkatan pertama terkait jumlah terbanyak pelanggan kartu seluler di Indonesia. Dengan demikian, untuk mempertahankan keunggulan kartu Telkomsel supaya jumlah pelanggan Telkomsel tidak menurun terdapat sejumlah upaya yang hendaknya selalu diusahakan demi bertahannya pelanggan yang menggunakan kartu prabayar Telkomsel. Cara yang dapat

dilakukan yaitu dengan memperhatikan persepsi harga, kualitas produk, serta citra merek yang diberikan kepada pelanggan Telkomsel.

Selain itu, manfaat dari produk harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan penggunanya, dengan demikian bisa memunculkan minat para *consumer* guna melakukan pembelian jasa (produk) itu. Keputusan untuk membeli penting dalam memastikan keadaan suatu perusahaan dapat berkembang, dimana perusahaan terus dikenal di kalangan masyarakat, jika respon dari konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian barang (produk) itu maka pihak perusahaan bisa mendapat laba atau untung dari keputusan pembelian. Bersumber dari pendapat yang dikemukakan Kotler & Keller (2009), menyatakan bila akan muncul sebuah selera (preferensi) dalam diri para konsumen terhadap semua merek yang mereka ketahui, dimana selanjutnya mereka akan memiliki keinginan atau berniat dalam melakukan pembelian merek yang menjadi prioritas utama & paling disukai, sehingga akhirnya mereka memutuskan untuk membeli produk itu.

Terdapat satu jenis variabel yang mempunyai dampak atau berpengaruh pada aspek keputusan pembelian yakni citra merek. Citra merek merupakan pandangan pertama konsumen untuk membeli sebuah barang (produk), jika terdapat merek pada sebuah produk dimana mereknya ini dikenal luas oleh masyarakat, tentunya pihak konsumen menjadi cenderung akan melakukan pembelian barang itu. Sekaligus bila produk memiliki merek yang sudah tidak asing bagi masyarakat maka konsumen memiliki keyakinan untuk membeli produk tersebut. Bila pihak konsumen mempunyai pandangan yang baik (positif) pada sebuah merek sangat mungkin bagi konsumen guna membeli tersebut. Niat pelanggan untuk membeli sebuah barang/jasa menjadi makin kokoh jika citra merek pada produk sudah dikenal luas dan disukai oleh banyak orang (Aryadhe & Rastini 2016). Tidak hanya citra merek yang perlu diperhatikan

oleh Telkomsel tetapi kualitas produk juga sangatlah penting karena kualitas produk akan menciptakan kesan baik kepada konsumen.

Kualitas produk menjadi faktor penting pada suatu produk, terutama pada bisnis telekomunikasi untuk mempengaruhi keputusan pembelian pada suatu produk. Oleh sebab itu, keputusan pembelian pada sebuah barang/produk tergantung pada segi kualitasnya terhadap produk tersebut. Bersumber dari pendapat yang dikemukakan Angipora (2002), definisi dari kualitas produk ialah suatu persepsi (penilaian) dari barang yang hendak dibeli terkait telah terpenuhinya harapan para konsumen ataukah belum. Jika suatu barang (produk) memiliki kualitas rendah maka ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut sangat minim, berbanding terbalik dengan produk berkualitas tinggi, jika suatu produk memiliki kualitas tinggi kemungkinan besar konsumen memiliki ketertarikan untuk membeli produk.

Selain kedua variabel tersebut penilaian terhadap besarnya harga (persepsi harga) pun memiliki pengaruh pada aspek keputusan pembelian. Definisi dari persepsi harga adalah pandangan konsumen mengenai harga yang dimiliki oleh produk barang ataupun jasa. Bentuk penilaian parakonsumen dari harga suatu barang (produk) ialah definisi persepsi harga, dalam hal ini aspek harga memiliki dampak terhadap reaksi konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen, konsumen akan menilai apakah harga produk sudah sesuai dengan kualitas dari produk (Cambell pada Cockril dan Goode 2010:368).

Peneliti melakukan penelitiannya ini di kota Berastagi, dimana tergolong sebagai kota terbesar kedua di dataran tinggi tanah karo yang dimana kota ini dominan dengan anak sekolah, perbankan, hotel, percetakan dan berbagai kantor lainnya. Maka dari itu peneliti merasa tertarik guna mendalami serta menganalisis permasalahan yang ada sekarang ini serta bagaimanakah upaya yang bisa dilakukan dalam penanganan masalah itu. Akhirnya, peneliti memutuskan

untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Kota Berastagi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya ialah:

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi?

1.3 Tujuan Penelitian

Bersumber dari rincian permasalahan yang sudah peneliti jabarkan sebelumnya, adapun pelaksanaan penelitian ini bertujuan agar:

1. Agar mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi
2. Agar mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi
3. Agar mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan agar pelaksanaan penelitian ini bisa menghasilkan sesuatu yang berguna untuk seluruh pihak, diantaranya:

1. Manfaat bagi penulis

Dari pelaksanaan penelitian harapannya peneliti bisa mengembangkan atau memperdalam pengetahuan di sebuah bidang manajemen pemasaran.

2. Manfaat bagi dunia akademik

Harapannya agar hasil penelitiannya bisa menjadi sumber literasi ataupun memberikan masukan untuk mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dalam melaksanakan suatu penelitian yang mempunyai kesamaan di waktu mendatang.

3. Manfaat bagi perusahaan

Harapannya perolehan hasil penelitiannya bisa menjadi sumber informasi untuk pihak perusahaan dalam meningkatkan, kualitas produk, citra merek, sekaligus persepsi harga dalam memengaruhi suatu keputusan membeli oleh konsumen atas produk kartu Telkomsel.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun rincian batasan permasalahan dari penelitian yang peneliti lakukan yakni:

1. Lokasi penelitian : Kota Berastagi
2. Responden : Pelanggan kartu Prabayar yang pernah membeli dan menggunakan kartu Telkomsel di kota Berastagi
3. Variable bebas : Persepsi Harga, Kualitas Produk, serta Citra Merek kartu Telkomsel

4. Variable terikat : Keputusan pembelian
5. Jumlah responden : 100 Responden
6. Waktu : September – November 2021
7. Kartu Telkomsel : dalam penelitian ini adalah kartu prabayar Telkomsel.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber dari perolehan hasil pengujian & analisis data yang sudah peneliti laksanakan telah dilakukan tentang pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu Prabayar Telkomsel di kota Berastagi, dengan banyaknya sampel yakni 100 responden dan menyebarkan kuesioner. Dimana yang menjadi respondennya yaitu Pelanggan kartu Prabayar yang pernah membeli dan menggunakan kartu Telkomsel di kota Berastagi. Maka dari hasil penelitian ini bisa peneliti tarik kesimpulannya yakni:

5.1.1 Profil Responden

Dari hasil perhitungan olah data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan mengambil sampel sebesar 100 responden, maka dari profil respondennya bisa peneliti simpulkan sebagai berikut.

Responden yang berjenis kelamin pria memiliki jumlah terbanyak yang mencapai 51 responden (51%), usia 24 - 30 Tahun dengan 31 responden (31%), tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK/SMU dengan 34 responden (34%), pekerjaan pegawai swasta dengan 29 responden (29%), pendapatan sekitan Rp.1.000.001 – Rp.3.000.000 dengan 30 responden (30%), dan lama berlangganannya paling banyak adalah > 1 Tahun dengan 81 responden (81%). Hasil analisis

dari profil tersebut diambil dari total keseluruhan 100 responden (100%).

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Bersumber dari perolehan hasil pengujian dan perhitungan R^2 , maka bisa ditarik kesimpulan yakni bila *independent variable* (persepsi harga, kualitas produk, serta citra merek) berpengaruh sebanyak 44,5% pada *dependent variable* (keputusan pembelian) pada kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi. Dari data yang didapat, bersisa sebanyak 55,5% yang merupakan pengaruh dari variabel lainnya seperti promosi, distribusi dan yang lainnya.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Dari data yang didapat pada perhitungan Uji F pada bab IV yang telah peneliti bahas, kesimpulannya yang menyatakan bila variabel independen secara bersamaan (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pada kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi, sebab besarnya perolehan nilai probabilitasnya yakni 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji t

- a. Bersumber dari perolehan hasil pengujian uji t (secara parsial) yang telah peneliti lakukan pada variabel citra merek yang

memperoleh hasil perbandingan nilai *sig* dengan taraf signifikansi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka koefisien regresi pada variabel citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel di kota Berastagi.

b. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji *t*) yang telah dilakukan pada variabel kualitas produk yang memperoleh hasil perbandingan nilai *sig* dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka koefisien regresi pada variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi.

c. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji *t*) yang telah dilakukan pada variabel persepsi harga yang memperoleh hasil perbandingan nilai *sig* dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, maka koefisien regresi pada variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis pada penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis, yaitu sebagai berikut :

5.2.1 Bagi perusahaan kartu Telkomsel

Berdasarkan hasil pengujian pada analisis regresi linear berganda pada variabel citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi, maka adapun saran yang dapat diberikan penulis kepada perusahaan Telkomsel sebagai berikut.

- a. Dari hasil penelitian ini kartu prabayar Telkomsel harus tetap meningkatkan dan mempertahankan citra merek pada Telkomsel supaya konsumen merasa tertarik untuk menggunakan merek Telkomsel.
- b. Dari hasil penelitian ini kualitas produk sudah terbukti signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi, namun perusahaan Telkomsel harus tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk agar konsumen tidak ragu-ragu untuk menggunakan kartu prabayar Telkomsel.
- c. Dari hasil penelitian ini persepsi harga sudah terbukti signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kota Berastagi, namun perusahaan Telkomsel harus terus

memastikan bahwa harga yang ditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima konsumen.

- d. Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan kartu prabayar Telkomsel yaitu tetap mempertahankan dan meningkatkan manfaat dan nilai yang ada pada produk telkomsel, serta meningkatkan kualitas pada produk Telkomsel dengan harga yang masih dapat dijangkau oleh konsumen.

5.2.2 Bagi peneliti selanjutnya

Dari hasil pengujian yang sudah dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan penulis kepada peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan untuk menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada kartu prabayar Telkomsel seperti harga, promosi, dan lain-lain.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat melengkapi penelitian ini dengan menggunakan metode yang berbeda. Seperti mengumpulkan data dengan wawancara langsung dengan para responden sehingga menghasilkan data yang lebih lengkap dan akurat.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada keterbatasan yang dihadapi dan dapat menjadi perhatian dalam beberapa faktor agar peneliti selanjutnya dapat menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki pada penelitian – penelitian dimasa yang akan datang. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 100 orang dan tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada kartu prabayar Telkomsel yang mana banyak kartu seluler lain seperti XL AXIATA, Indosat Ooredoo, Smartfren dan lainnya.
3. Lokasi penelitian yang dijadikan sebagai tempat pengambilan data dan informasi yang dilakukan melalui kuesioner hanya di fokuskan di kota Berastagi sehingga penelitian ini kurang meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar Jackie, dkk. (2007). *Mengelola Merek*. Jakarta : Yayasan Bina Karsa Mandiri.
- Angipora, Marius P. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Arnould, Price & Zinkhan. (2005). *Consumers, 2nd Edition*. McGraw – Hill.
- Azwar, Saifuddin. (2009). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Cocriill, A. and Goode, MM (2010) *Precieved Price And Price Decay In The DVD Marke*. *The Journal Of Product And Brand Management*. 19 (5).
- Fallen, Maretha dan Imanuddin Hasbi., (2016),*Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kartu XL di Telkom University Bandung*,Jurnal e-Proceeding of ManajemennVol. 3, No. 1, April.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, Galih Erin., (2018),*Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Simpati*,Universitas Muhammadiyah, Surakarta.
- I, Bayu Rifa. Ni Wayan Eka Mitariani, dan I Gusti Ayi Imbayani. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeliannkartu Perdana Internet di Galerry Smartfren Denpasar*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Kafabih, Abdullah. 2018,*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk SIM Card Telkomsel, Indosat Ooredoo dan Hutchison 3 Indonesia di Wilayah Jakarta Timur*, Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modan dan UMKM Vol. 1, No. 2, Desember
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi, Cetakan keenam. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1. Terjemahan Alexander Sindoro, Prehalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi Kesebelas, PT. Indeks,

- Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Mudiantono, Panji Usmar Wicaksono. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL AXIATA di Semarang*, Diponegoro Journal Of Management Vol. 6, No. 2.
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 7 Juli.
- Pratama, BS. Aziz Fathoni, dan Hasiholan LB. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Telkomsel*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.
- Simamora. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Ke-3. STIE YKPN.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga, CAPS, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2012), *Total Quality Manajement*, Edisi Revisi, Penerbit CV Andi, Yogyakarta.