

**PENGARUH CITRA MERK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR
TELKOMSEL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**



**DISUSUN OLEH:
CHRISTIAN NAINGGOLAN**

11190748

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTENDUTA WACANA
YOGYAKARTA**

**TAHUN
2023**

**PENGARUH CITRA MERK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR
TELKOMSEL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**



**DISUSUN OLEH:
CHRISTIAN NAINGGOLAN**

11190748

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTENDUTA WACANA
YOGYAKARTA**

**TAHUN
2023**

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 : Christian Nainggolan
NIM : 11190748
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, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA”

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 : 2 juli 2023

Yang menyatakan



(Christian Nainggolan)
NIM: 11190748

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

CHRISTIAN NAINGGOLAN

11190748

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 22 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, M.M

(Ketua Tim)

:

2. Dra. Purwani Retno Andaras, MM

(Dosen Penguji)

:

3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

(Dosen Pembimbing)

:

Yogyakarta, 27 Juni 2023

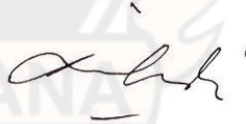
Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, Msi



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR
TELKOMSEL OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS KRISTEN DUTA
WACANA YOGYAKARTA**

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.

Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta , 31 Mei 2023



Christian Nainggolan

11190748

HALAMAN MOTO

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

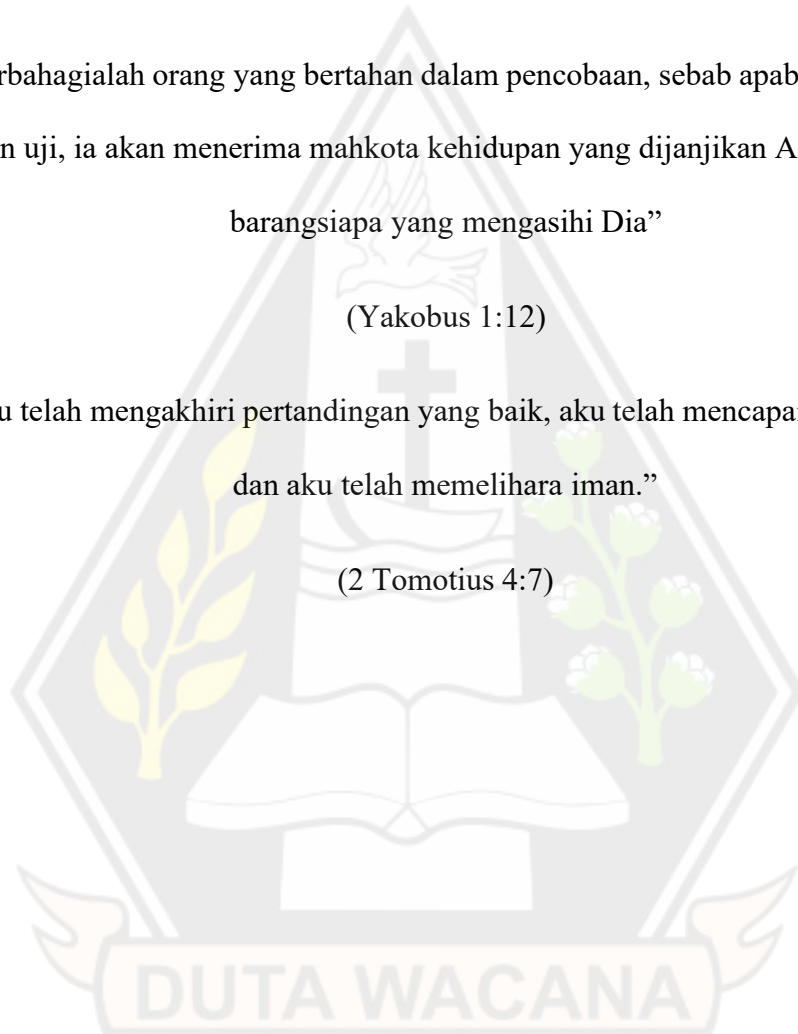
(Filipi 4:6)

“Berbahagialah orang yang bertahan dalam pencobaan, sebab apabila ia sudah tahan uji, ia akan menerima mahkota kehidupan yang dijanjikan Allah kepada barangsiapa yang mengasihi Dia”

(Yakobus 1:12)

“Aku telah mengakhiri pertandingan yang baik, aku telah mencapai garis akhir dan aku telah memelihara iman.”

(2 Tomotius 4:7)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan naskah skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek , Persepsi Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Oleh Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta” dengan baik dan tepat waktu sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana manajemen (S. M) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

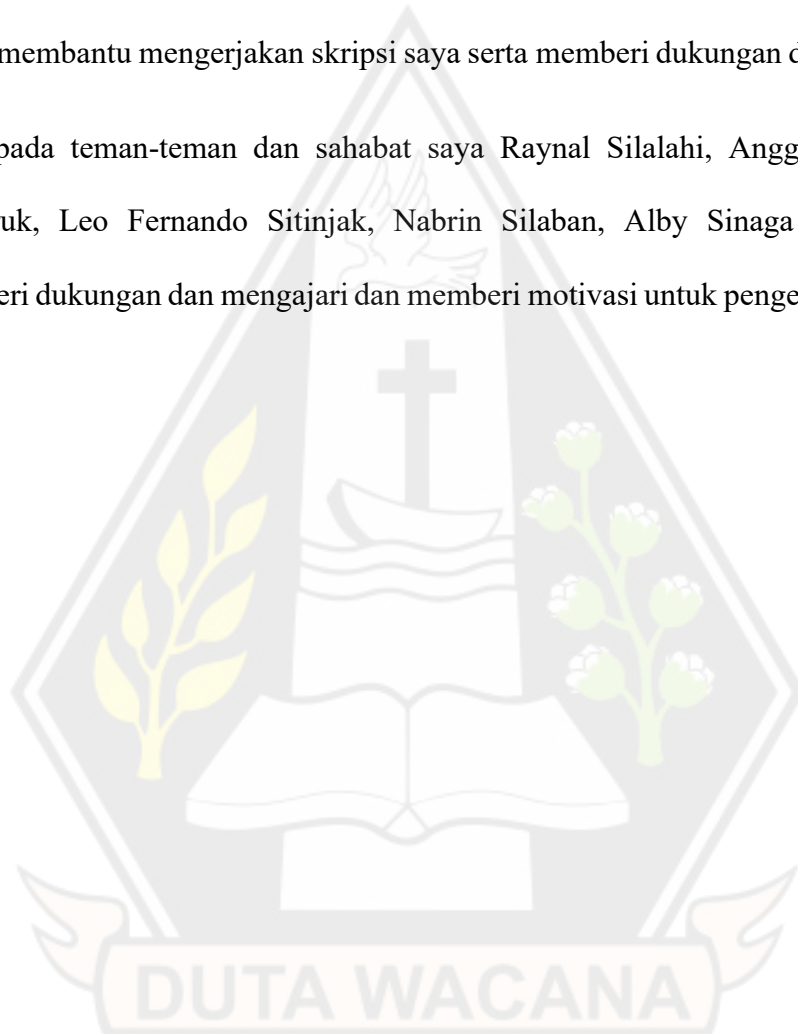
1. Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberkati dan meberikan rahmatNya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Keluarga Tercinta, terutama kedua orang tua saya yang telah senantiasa memberi dukungan dan membantu membiayai kuliah saya
3. Kepada adik saya Marlica Vanesha Nainggolan yang telah memberi dukungan dan motivasi agar cepat menyelesaikan perkuliahan ini
4. Bapak Dr. Perminas Pangeran M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
5. Bapak Drs. Sisnuhadi,MBA., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
6. Bapak Dr. Andreas Ari Sukoco, SE, M.M.,M.Min selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan dengan penuh kesabaran

emberikan masukan serta arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis.

8. Kepada Yohana Manalu yang telah berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk membantu mengerjakan skripsi saya serta memberi dukungan dan motivasi

9. Kepada teman-teman dan sahabat saya Raynal Silalahi, Angga Valentino Sidauruk, Leo Fernando Sitinjak, Nabrin Silaban, Alby Sinaga yang telah memberi dukungan dan mengajari dan memberi motivasi untuk pengerjaan skripsi ini



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Anugerah dan rahmat-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul : “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel Oleh Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta”

Dalam penyusunan skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam hal penggunaan Bahasa, keterbatasan keterampilan, kemampuan, pengetahuan penulis maupun penyajian. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan penulis skripsi ini. Dalam pembuatan susunan skripsi ini, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat bagi semua pihak

Yogyakarta 5 Mei 2023



Christian Nainggolan

DAFTAR ISI

HALAMAN HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKIPSI	vi
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masal	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian pemasaran	6
2.1.2 Proses Pemasaran.....	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Citra <i>Merk</i>	8
2.2.2 Indikator Citra Merk	8
2.3 Persepsi Harga.....	10
2.3.1 Definisi Persepsi Harga.....	10
2.3.2 Indikator Persepsi Harga.....	11
2.4 Promosi.....	12
2.4.1 Definisi Promosi	12
2.5 Keputusan Pembelian	13
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	13

2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	15
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
2.7 Kerangka Konsep	18
BAB III	20
METODEOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian	20
3.2 Data dan Sumber	20
3.2.1 Data Primer	20
3.2.2 Data Sekunder.....	20
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	22
3.6 Uji Validitas dan Relibilitas	23
3.7 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	25
3.7.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	25
3.7.2 Uji- t.....	26
3.7.3 Uji F	26
3.7.4 Uji Koefisien Determinasi	26
BAB IV	28
HASIL PENELITIAN.....	28
4.1 Analisis Deskriptif.....	28
4.1.2 Jenis Kelamin.....	29
4.1.3 Usia	29
4.1.4 Durasi Menggunakan Kartu Prabayar Telkomsel	30
4.2 Uji Kualitas Data	31
4.2.1 Uji Validitas	31
4.2.2 Uji Reliabilitas	32
4.3 Uji Hipotesis	34
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	34
4.3.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	34
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	35
4.3.4 Uji Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	36
4.4 Hasil Pembahasan.....	37
4.4.1 Pengaruh Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian	38
4.4.2 Pengaruh Presepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	39
4.4.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	39

BAB V.....	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Keterbatasan Penelitian	41
5.3 Saran.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pemasaran Sederhana.....	6
Gambar 2.2 Proses Pemasaran Kompleks.....	6
Gambar 2.3 Kerangka Konsep.....	18

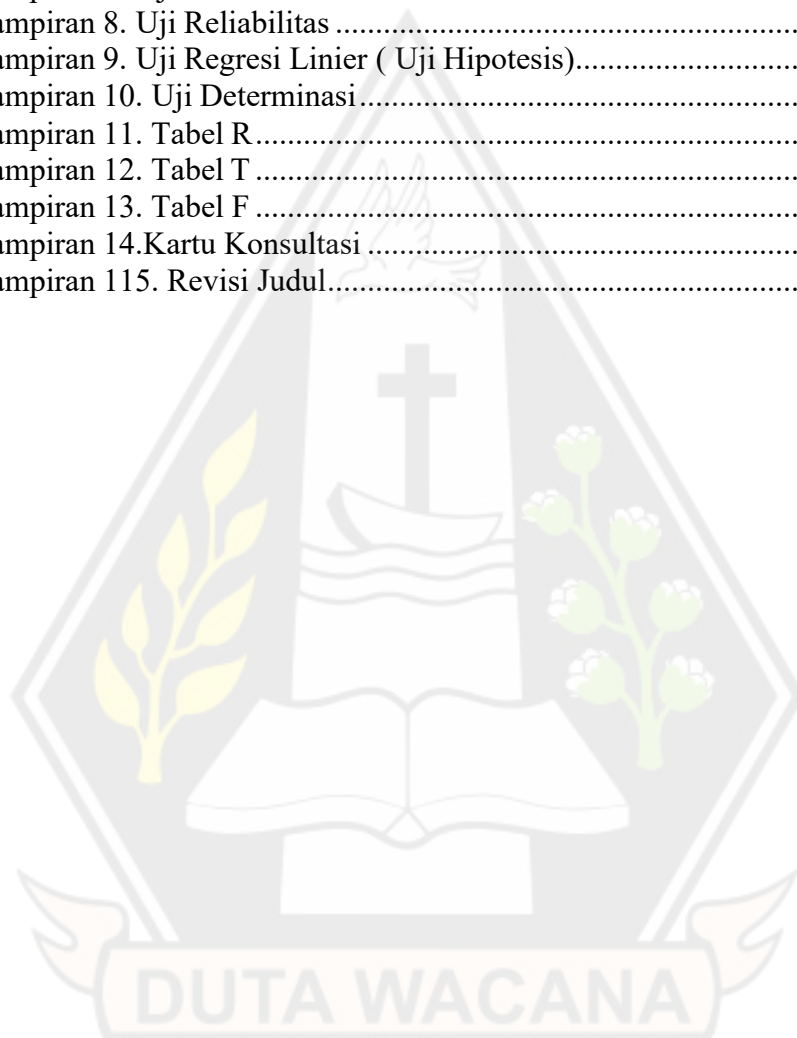


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Provider dengan Ketersediaan Sinyal Seluler di Sekitaran Lokasi Rumah Indonesia (Agustus-September 2022).....	2
Tabel 2.1 Tabel Penelitian	19
Tabel 3. 1 Indikator Jawaban Kursioner.....	29
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3. 1 Perhitungan Jumlah Sampel	36
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin... ..	37
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	37
abel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Durasi menggunakan Kartu Prabayar elkonsel.....	38
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	39
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitasi.....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitasi Pervariabel	41
Tabel 4.8 Tabel Uji f.....	42
Tabel 4.9 Hasil Uji T... ..	43
Tabel 4.10 Hasil Uji R Square / Determinasi (R ²)	44
Tabel 4.11 Hasil Pembahasan.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	47
Lampiran 2. Variabel Citra Merek (X1).....	50
Lampiran 3. Persepsi Harga (X2).....	54
Lampiran 4. Promosi (X3).....	58
Lampiran 5. Keputusan Pembeli (Y).....	62
Lampiran 6. Profil Responden.....	66
Lampiran 7. Uji Validitas	68
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	71
Lampiran 9. Uji Regresi Linier (Uji Hipotesis).....	72
Lampiran 10. Uji Determinasi.....	73
Lampiran 11. Tabel R.....	74
Lampiran 12. Tabel T	75
Lampiran 13. Tabel F	76
Lampiran 14. Kartu Konsultasi	77
Lampiran 15. Revisi Judul.....	79



ABSTRAK
PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PRABAYAR TELKOMSEL OLEH MAHASISWA
UNIVERSITAS KRISTEN DUTAWACANA YOGYAKARTA

Christian Nainggolan
11190748

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

Email: Christianngl98@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra *merk*, persepsi harga dan promosi oleh mahasiswa universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Untuk memperoleh data, peneliti menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda, uji-t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel independen yaitu citra *Merk*, persepsi harga dan promosi terbukti memberi pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian

Kata Kunci: citra *merk*, persepsi harga, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION AND PROMOTION ON THE PURCHASE DECISION OF TELKOMSEL PREPAID CARD BY STUDENTS OF DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY YOGYAKARTA

Christian Nainggolan

11190748

Faculty of Business

Management Study Programs

Duta Wacana Christian University

Yogyakarta

Email: Christianngl98@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image, price perceptions and promotions by students of Duta Wacana Christian University, Yogyakarta. The sample in this research is 100 respondents. To obtain data, researchers distributed questionnaires through the Googleform. Methods of data analysis in this study using multiple linear regression, t-test, F-test, and test the coefficient of determination. Testing the research hypothesis using SPSS version 25. The results of the data analysis show that the independent variables, namely brand image, price perceptions and promotions, have proven to have a significant effect on the dependent variable, namely purchasing decisions.

Keywords: brand image, price perception, promotion, purchase decision

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia dibidang telekomunikasi merupakan kebutuhan utama yang pada saat ini sangat di perlukan di berbagai kalangan masyarakat. Pada umumnya setiap masyarakat sudah menggunakan atau memiliki alat komunikasi untuk proses interaksi secara jarak jauh. Hal ini tentu perlu adanya pendukung untuk berjalannya kegiatan tersebut, maka dari itu perusahaan telekomunikasi di Indonesia memberikan penawaran berupa produk serta pelayanan yang dapat menarik pengguna atau konsumen untuk menggunakan kartu prabayar dengan nama Telkomsel. Hingga saat ini perusahaan Telkomsel sudah menjadi perusahaan telekomunikasi paling terbesar dan diminati oleh banyak kalangan. Dalam bisnis bidang telekomunikasi ini memiliki persaingan yang sangat ketat, dikarenakan setiap *provider* ingin menjadi yang terdepan. Oleh sebab itu perusahaan meningkatkan kualitas sinyal dan jaringan cepat untuk mendukung proses pencarian data, sehingga perusahaan Telkomsel merambah hingga daerah yang terpencil. Hal ini memungkinkan kami untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membangun kepercayaan dengan jujur terhadap fakta. Maka masyarakat atau konsumen pasti akan puas dengan produk yang ditawarkan dan mempererat ikatan mereka dengan perusahaan.

PT. Telkomsel adalah operator seluler terbesar di Indonesia. Sebagai bagian dari bisnisnya, Telkomsel menyediakan layanan telepon seluler jenis GSM (Global System for Mobile) yang dioperasikan oleh operator seluler global di seluruh dunia.

Perusahaan Telkomsel melaporkan jumlah penggunaannya di seluruh Indonesia telah mencapai 131,5 juta pelanggan. Berdasarkan jumlah tersebut, lebih dari 125 juta menjadi pelanggan pada akhir 2012. Laba bersih Telekomsel tumbuh 10,4 persen per tahun, dibantu pertumbuhan broadband data, atau broadband sementara. EBITDA dan laba bersih meningkat masing-masing sebesar 11,1%..

Tetapi adanya angka tersebut perusahaan Telkomsel tetap tidak terlengah karena mengingat banyaknya kompetitor atau persaingan dari berbagai *provider* yang ada di Indonesia. Terlebih dengan penawaran yang membuat menarik perhatian para pengguna. Perusahaan Telkomsel juga perlu adanya evaluasi dalam pembuatan jaringan yang kencang. Sehingga para pengguna kartu Telkomsel tetap nyaman dan bertahan pada kartu Telkomsel. Kendala yang terjadi pada Telkomsel adalah jaringan karena tower Telkomsel tersebar di berbagai pelosok Indonesia, mengakibatkan lambannya kualitas jaringan, hal itu menjadi masalah karena Telkomsel harus memberi tarif telepon/sms yang lebih tinggi dari operator lainnya. Cara yang terbaik untuk mempertahankan pangsa pasar dengan cara berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Tabel 1.1 Provider dengan Ketersediaan Sinyal Seluler di Sekitaran Lokasi Rumah Indonesia (Agustus-September 2022)

No.	Nama	Persentase / nilai
1.	Telkomsel	84%
2.	indosat	53%
3.	Xl	47%
4.	Smartfren	26%
5.	Tri	8%
6.	Axist	6%

Sumber: survei seluler Telkomsel paling luas di lingkungan rumah penduduk Indonesia.

Berdasarkan data dari (kemenkominfo) kementerian dan informatika menurut Insight Center (KIC), 85% masyarakat Indonesia memakai internet

melalui nomor atau kuota smartphone. Hal ini menyebabkan masyarakat dapat membuka internet dengan mudah dimana saja dan kapanpun. Dari hal ini juga angka persentase sebanyak 94% pengguna menyatakan adanya sinyal smartphone yang dapat di temukan di sekitar lingkungan. Perusahaan Telkomsel menjadi urutan pertama sebagai provider yang diminati karena sinyal yang tersebar luas. Lalu pada urutan kedua di tempati oleh posisi provider indosat dengan angka persentase 53%, kemudian di urutan selanjutnya terdapat provider XI dengan angka persentase 47%. Lalu provider smartfren memiliki angka persentase 26% kemudian pada provider Tri dan Axis memiliki angka persentase terendah 8% dan 6%. Melalui survei ini kemenkominfo dan KIC memakai berbagai pengguna provider sebanyak 10.000 dengan rentan usia 13-70 tahun.

Schiffman dan Kanuk (2014) mengemukakan, keputusan suatu pembelian dideskripsikan guna memilih antara dua alternatif atau lebih. Tjiptono (2012) memaparkan keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen mengidentifikasi suatu masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi dengan benar setiap opsi tersebut untuk memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Kemudian keputusan terhadap merk menurut Kotler dan Amstrong (2009) mengartikan merek itu adalah sebuah identitas yang didasarkan dari nama, lambang untuk memperlihatkan identitas suatu produk. Latar belakang penelitian ini mengambil objek penelitian pengguna kartu prabayar Telekomsel di kalangan mahasiswa UKDW, alasan peneliti menggunakan topik penelitian ini untuk mengetahui seberapa banyak pengguna kartu prabayar Telkomsel.

1.2 Rumusan Masal

Setelah memahami latar belakang terdahulu, peneliti memiliki pertanyaan penelitian antara lain:

1. Apakah citra merek memengaruhi keputusan untuk membeli kartu prabayar Telkomsel.
2. Apakah persepsi harga memengaruhi keputusan untuk membeli kartu prabayar Telkomsel.
3. Apakah keputusan pembeli kartu prabayar Telkomsel dipengaruhi oleh promosi.

1.3 Tujuan penelitian

Berdasar dari penelitian sebelumnya, jadi peneliti memiliki tujuan penelitian seperti :

1. Menganalisis citra *merk* pada keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel.
2. Menganalisis persepsi harga pada keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel.
3. Menganalisis promosi pada keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diinginkan bisa menyumbang manfaat antara lain:

- a. Bagi Akademis

Dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh peneliti diharapkan menjadi bahan acuan khususnya mahasiswa UKDW dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang membahas citra *merk*, persepsi harga, serta promosi terhadap pada pembelian kartu prabayar Telkomsel.

b. Bagi Perusahaan

Adanya penelitian ini diharapkan perusahaan Telkomsel menjaga citra *merk* dari kepuasan para pengguna kartu prabayar Telkomsel dengan meningkatkan persepsi harga dan promosi yang menarik minat pengguna kartu prabayar Telkomsel terhadap keputusan suatu pembelian.

1.5 Batasan Penelitian

Adanya tujuan penelitian ini, diinginkan tidak terjadi permasalahan yang menyeleeweng dari rumusan masalah sehingga memberikan pemahaman sesuai yang di harapkan:

1. Tempat penelitian : Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta
2. Masa penelitian : Mei 2023-Juni 2023
3. Variabel
Variabel bebas (independen) :
X1: Citra *Merk*
X2: Persepsi Harga
X3: Promosi
Variabel terikat (dependen) :
Y: Keputusan Pembeli
4. Responden Penelitian : Mahasiswa Universitas Kristen Duta
Wacana Yogyakarta
5. Jumlah responden : 100 Orang

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasar dari hasil analisis yang sudah di bahas dari bab sebelumnya, dapat diberikan simpulkan bahwa Hasil penelitian menampilkan bahwa secara simultan *citra merek, persepsi harga, promosi* berdampak signifikan pada keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Kekurangan dari penelitian ini terdapat pada Sampel penelitian serta populasi yang terbatas hanya 108 responden serta letak penelitian hanya dilakukan kepada mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

5.3 Saran

Dengan mempertimbangkan temuan penelitian mengenai pengaruh *citra merek, persepsi harga, dan promosi* pada keputusan pembelian, peneliti menyarankan bahwa citra merek, persepsi harga, dan promosi Telkomsel telah memberi ketertarikan kepada penggunaannya sejauh ini, oleh karena itu diharapkan kedepannya untuk semakin lebih baik dan dapat memberikan ide-ide terbaik dan mengikuti perkembangan jaman agar minat beli semakin besar.

Untuk peneliti yang akan datang adalah agar dapat menambah variabel seperti harga, kualitas pelayanan dan produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2004). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, Suri. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. 6(1).
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyono, Yoyok. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Vista Bangun Propertindo. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)*, 1(1),
- Darmanto, dan Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: deepublish.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H. Yuyun, Sukmawati. (2018) Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Solo Paragon Mall.
- Hanum, Zubaidah dan Hidayat, Sahral. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1).
- Rumahak, D. M & Rahmadi, N. A. (2019). Pengaruh E-WOM, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus Pada Lembaga

Kursus Fajar English Course Pare Kediri). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2).

Hartono, N. W., dan Sulistyowati, Murni. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel di Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1).

Haryono, B. (2018). *How To Be a Professional Customer Service*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Huda, I.U., Karsudjono, A.J., dan Darmawan, R. (2021). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(1).

Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2010). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks.
- Kustianti, D. D. N., (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kartu Seluler Telkomsel. *Psikoborne*, 7(1).
- Lolowang, I. R. A., (2019). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Tipe Premium (Studi Pada Konsumen Kawanua Emerald City Akrland Manado. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(1).
- Low, G.S dan Lamb, Ch.W. 2000. The Measurement And Dimensionality of Brand Association. *Journal of Product and Brand Management*, 9(6).
- Mufti, B. A. R. dan Saraswati, T. G. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada penyedia jasa titip beli @goodsakha. *e-Proceeding of Management*. 6(1).
- Notoatmodjo, S. (2012). Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.
- Pradana, D., Hudayah, S., dan Rahmawati. (2019). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *Jurnal Kinerja*, 14(1).
- Pranata, S. P., (2022). Pengaruh Keputusan Pembelian Kartu Paket Telkomsel Dari Prespektif Kualitas Jaringan, Citra Merek Dan Promosi (Studi Kasus Pada Siswa SMK Brigjend Katamso II Medan). *Jurnal MAKBIS (Mahkota Bisnis)*, 1(2).

- Prasastiningtyas, T. R., (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(7).
- Puspitarini, D. S. dan Nuraeni, Reni. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (Studi deskriptif pada *Happy Go Lucky House*). *Jurnal Common*, 3(1).
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siagian, A. S., (2015). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Pekanbaru. *Jurnal Jom FEKON*, 2(1).
- Soewito, Yudhi. (2013). Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: CV.
- Takholy, Y. R., dan Andjarwati, A. L., (2018). Pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi pada pelanggan XL Prabayar di Pamekasan). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6 (1).