



**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PAKET
INDOSAT OREDOO (Studi kasus mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Jember fakultas Ekonomi prodi Manajemen)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**

Oleh :

Rony Hidayad

Nim. 14.10.411.221

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2019

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rony Hidayad

NIM : 1410411221

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kartu paket indosat oredoo (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2015; Adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 29 Maret 2019

Yang menyatakan,

Rony Hidayad

Nim 1410411221

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PAKET
INDOSAT OREDOO (Studi kasus Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Jember fakultas Ekonomi prodi Manajemen
Angkatan 2015)



Oleh :

Rony Hidayad

Nim 141041121

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Wahyu Eko Setyaningsih SE. M.M

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kartu paket Indosat Ooredoo (Studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2015) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari :

Tanggal :

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Drs. Anwar, M.Sc

NPK : 85 03 125

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah, SE, M.M

NIK : 07 09 622

Wahyu Eko S SE. M.M

NPK : 15 09 633

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si

NPK :01 09 289

Haris Hermawan. SE, MM

NPK : 15 03 640

MOTTO

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang yang beriman”

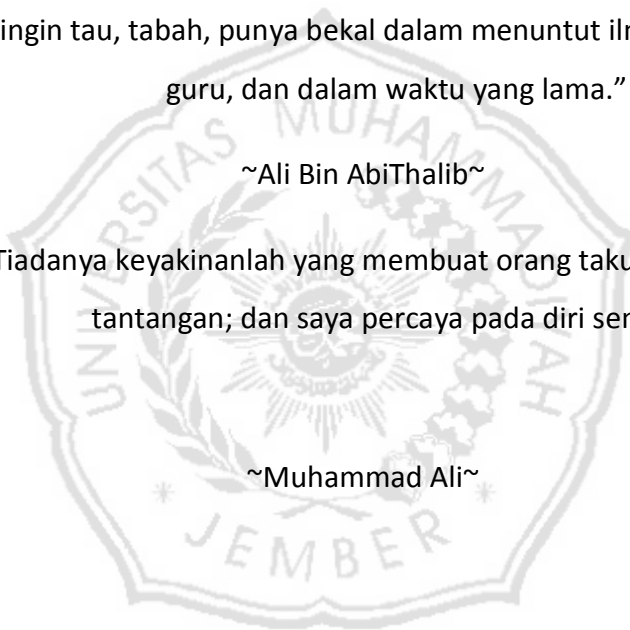
(Q.S. Al-Imran : 139)

“Engkau tak dapat meraih ilmu kecuali dengan enam hal yaitu cerdas, selalu ingin tau, tabah, punya bekal dalam menuntut ilmu, bimbingan dari guru, dan dalam waktu yang lama.”

~Ali Bin AbiThalib~

“Tiadanya keyakinanlah yang membuat orang takut menghadapi tantangan; dan saya percaya pada diri sendiri.”

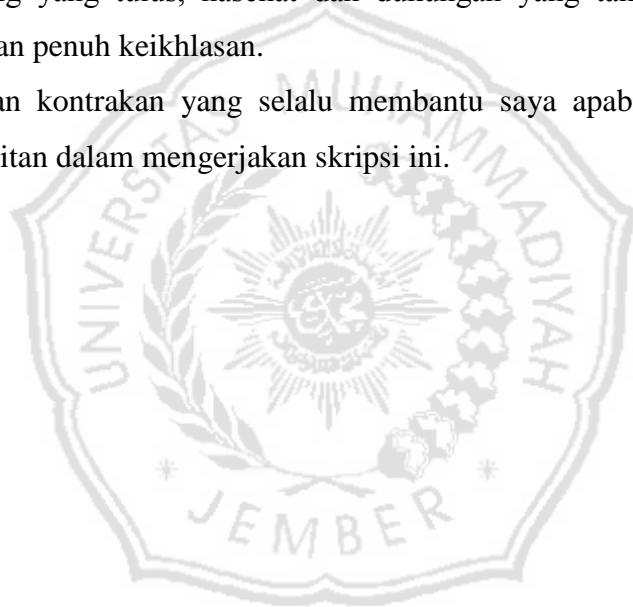
~Muhammad Ali~



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

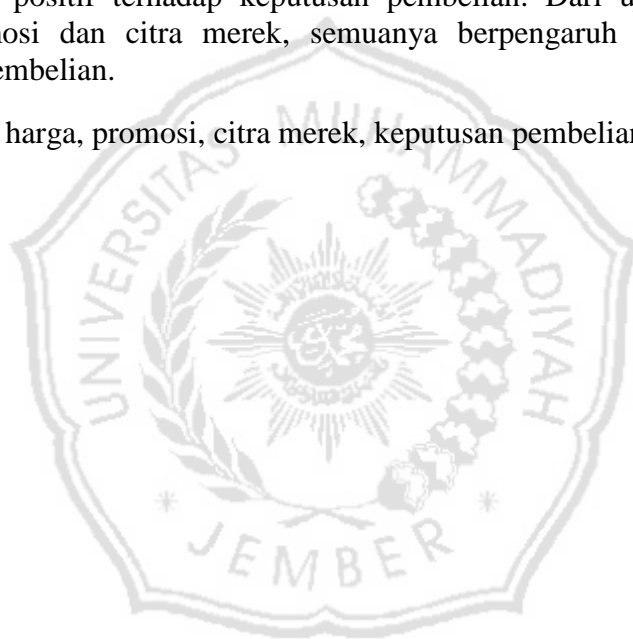
1. Allah SWT atas segala karunia, Rahmat dan Hidayahnya yang sangat berlimpah serta kesempatan yang diberikan-nya kepadaku dengan segala kemudahan yang diberikan-Nya sehingga aku dapat menjalani semua ini dengan baik.
2. Orang tua tercinta, Munir dan Suwswati yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, nasehat dan dukungan yang tanpa henti serta do'a dengan penuh keikhlasan.
3. Teman kontrakan yang selalu membantu saya apabila saya mengalami kesulitan dalam mengerjakan skripsi ini.



ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 74 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel harga, promosi dan citra merek, semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil harga, promosi dan citra merek, semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

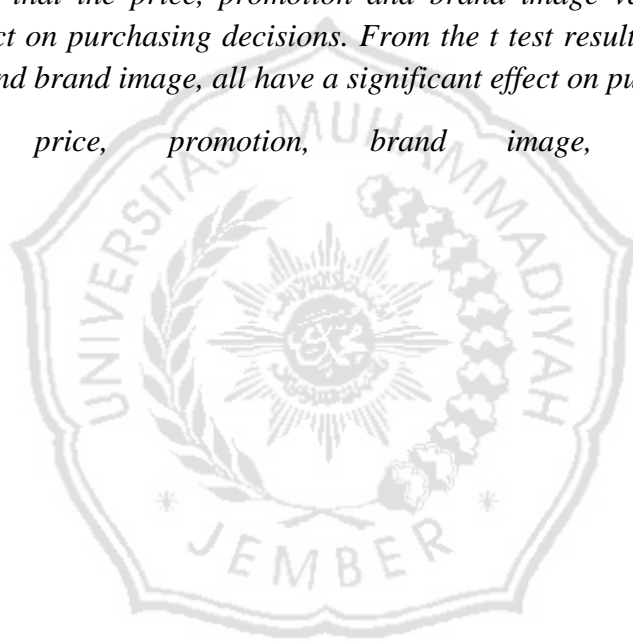
Kata kunci: harga, promosi, citra merek, keputusan pembelian.



ABSTRACT

This research was conducted at Muhammadiyah Jember University Students, Faculty of Economics, 2015 Management Study Program. This study aims to determine the effect of price, promotion and brand image on purchasing decisions. In this study data was collected by means of observations, interviews and questionnaires on 74 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine the perceptions of respondents to each variable. The analysis used includes test data instruments (validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression, it can be seen that the price, promotion and brand image variables, all have a positive effect on purchasing decisions. From the t test results obtained by price, promotion and brand image, all have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: price, promotion, brand image, purchase decis



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah meridhoi dan mengaruniakan nikmat yang begitu banyak kepada kita semua sehingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini yang berjudul : “Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian kartu paket Indosat Ooredoo (Studi kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2015)”.

Dengan segenap upaya dan bantuan berbagai pihak maka terselesaikanlah skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Drs. Anwar, M.Sc Selaku dosen penguji yang bersedia memberikan saran bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Ibu Feti Fatimah S,E M.M Selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Wahyu Eko Setyaningsih Selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingannya dengan teliti dan sabar dengan memberikan segenap waktu, pemikiran dan nasehatnya yang bermanfaat.
5. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah.

Peneliti menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tentunya ada beberapa ketidaksempurnaan di dalamnya, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki ataupun hal-hal lainnya. Oleh karena itu berbagai saran atau kritik untuk menyempurnakan skripsi ini sangat diperlukan untuk proses kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti, pembaca dan almamater lainnya.

Jember, 29 Maret 2018

Rony Hidayad

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PEMBIMBINGAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7

2.1.2 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.3 Harga	11
2.1.4 Promosi	15
2.1.5 Citra Merek	17
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis.....	21
2.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.2 Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.4.3 Pengaruh Citra merek terhadap keputusan pembelian.....	22
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Identifikasi Variabel.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.3.1 Harga	23
3.3.2 Promosi.....	24
3.3.3 Citra Merek	24
3.3.4 Keputusan Pembelian.....	24
3.3 Jenis Sumber Data.....	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi	26
3.4.2 Sampel.....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.6 Teknik Analisis Data	28
3.7 Uji Instrumen Data.....	29
3.7.1 Uji Validitas.....	29
3.7.2 Uji Reabilitas	29
3.7.3 Uji Normalitas	30
3.8. Analisis Linier Berganda	30
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.9.1 Uji Multikolinearitas	31

3.9.2 Uji Heterokedastisitas	32
3.10 Uji Hipotesis.....	32
3.10.1 Uji t.....	32
3.10.2 Analisis Koefisien Determinasi	33

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Profil Indosat Ooredoo	34
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	36
4.1.3 Produk Indosat Ooredoo.....	37
4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	38
4.2.1 Diskripsi Statistik Responden	38
4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
4.3 Hasil Analisis Data.....	42
4.3.1. Uji Instrumen Data.....	42
4.3.1.1 Uji Validitas.....	43
4.3.1.2 Uji Reabilitas	43
4.3.2 Analisa Linier Berganda	44
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	45
4.3.3.1 Uji Normalitas	45
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	46
4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas	47
4.3.4 Uji Hipotesis.....	47
4.3.4.1 Uji T.....	48
4.3.5 Koefisien Determinasi.....	49
4.4 Pembahasan	49
4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	49
4.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	51

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	54
3.1 Kesimpulan	54
3.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	

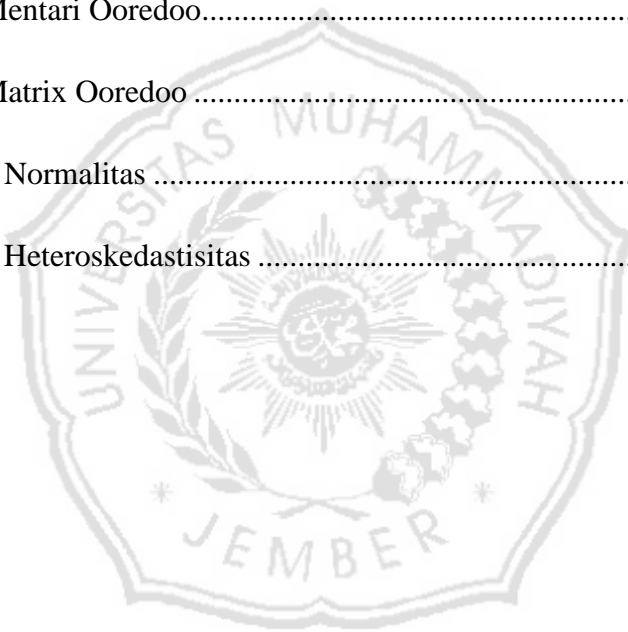


DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
4.4 Responden menurut usia	39
4.5 Responden menurut jenis kelamin	39
4.6 Frekuensi pernyataan responden terhadap harga	40
4.7 Frekuensi pernyataan responden terhadap promosi	41
4.8 Frekuensi pernyataan responden terhadap citra merek	41
4.9 Frekuensi pernyataan responden terhadap keputusan pembelian	42
4.10 Hasil pengujian validitas	43
4.11 Hasil pengujian reliabilitas.....	44
4.12 Hasil analisis regresi linier berganda	44
4.13 Hasil uji multikolinearitas	46
4.14 Hasil uji t.....	48
4.15 Hasil uji koefisien determinasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

1.2 Jumlah pelanggan Telomsel, Indosat, dan XL	5
2.1 Kerangka Konsep Penelitian	20
4.1 Logo Indosat Ooredoo dan IM3 sebelum Rebranding	35
4.2 Logo Indosat Ooredoo dan IM3 setelah Rebranding	36
4.3 Produk IM3 Ooredoo	37
4.4 Produk Mentari Ooredoo.....	38
4.5 Produk Matrix Ooredoo	38
4.6 Hasil Uji Normalitas	46
4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 2 : Rekapitulasi Kuesioner

LAMPIRAN 3 : Data Deskriptif Responden

LAMPIRAN 4 : Deskriptif Variabel Penelitian

LAMPIRAN 5 : Uji Validitas

LAMPIRAN 6 : Uji Reliabilitas

LAMPIRAN 7 : Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis

LAMPIRAN 8 : Tabel R

LAMPIRAN 9 : Dokumentasi

