



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME
FIBER DI KECAMATAN SUMBERSARI**

SKRIPSI

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

**Oleh :
MISBAHUL MUNIR**

NIM.14.10.411.053

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2018

PERNYATAAN

Saya yang bertanggung jawab di bawah ini :

NAMA : Misbahul Munir

NIM : 1410411053

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME FIBER DI KECAMATAN SUMBERSARI** 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, 30 Agustus 2018

Yang menyatakan,

Misbahul Munir

NIM. 14.10411.053

PERSETUJUAN SKRIPSI



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME
FIBER DI KECAMATAN SUMBERSARI**

Oleh:

Misbahul Munir
NIM : 14.0411.053

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akh. Suharto, MP

Dosen Pembimbing Pendamping : Nur Saidah. SE, MM

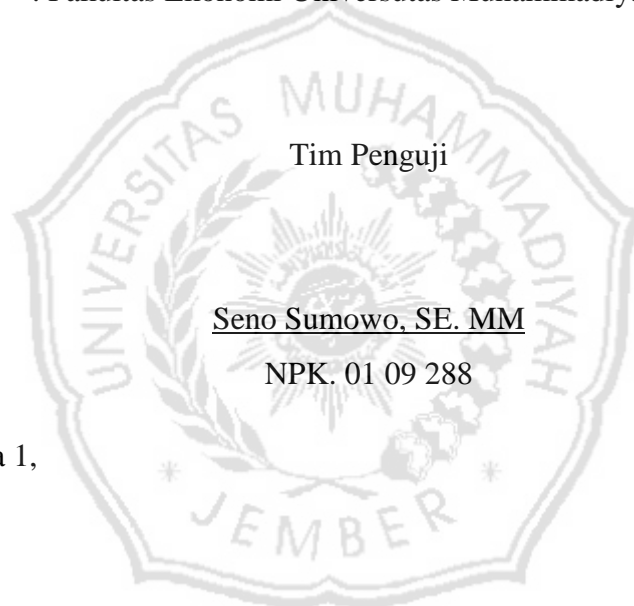
PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Fiber di Kecamatan Sumpalsari*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 19 September 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Tim Penguji

Seno Sumowo, SE. MM

NPK. 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK. 89 06 242

Nursaidah, SE, MM

NPK. 15 09 637

Mengesahkan

Dekan,

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani, SE, MSi

NPK. 01 09 289

Drs. Anwar. M.Sc

NPK. 85 03 125

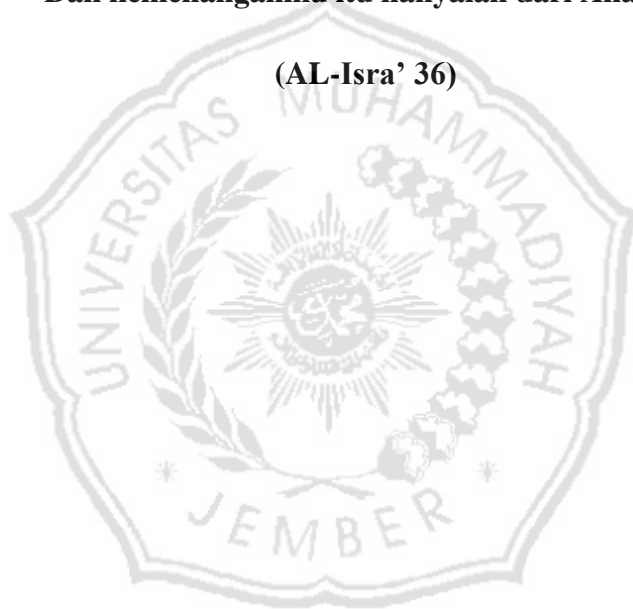
MOTTO

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan”

(Al-Mujadillah:11)

“Dan Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai kabar gembira bagi kemenanganmu, dan agar tentram hatimu karenanya. Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah. ”

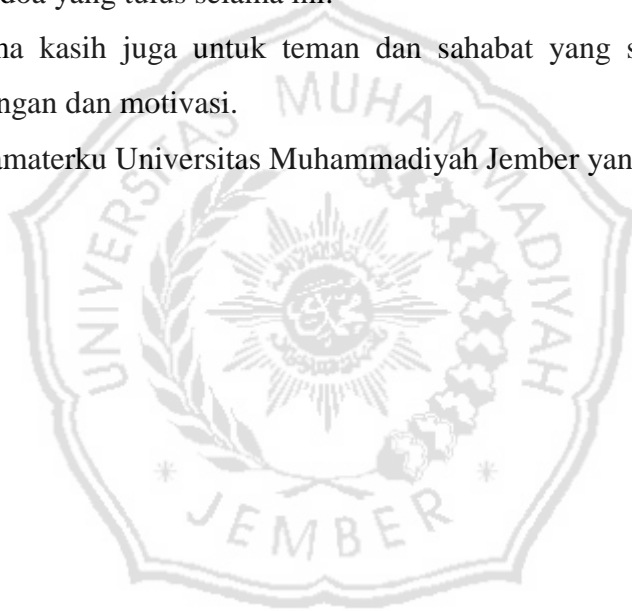
(AL-Isra' 36)



PERSEMBAHAN

Sebagai wujud terima kasih yang tidak terhingga, atas terselesainya skripsi ini dengan tulus ikhlas penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepadaku.
2. Rasulullah SAW
3. Untuk kedua orang tua saya Budiono dan Siti Aminah. Terima kasih sebanyak-banyaknya telah memberi dukungan, kesabaran, pengorbanan serta doa yang tulus selama ini.
4. Terima kasih juga untuk teman dan sahabat yang selama ini memberi dukungan dan motivasi.
5. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puja dan puji syukur tas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Fiber Di Kecamatan Sumbersari”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar. M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
3. Drs. Akhmad Suharto, MP selaku Dosen Pembimbing I dan Nursaidah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Seno Sumowo. SE, MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia mem berikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muham madiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kelancaran dan kebahagiaan dalam menuntut pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun banyak kekurangannya dalam penyajiannya. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat lebih baik lagi. Akhir kata dari penulis, berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	8
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	8
2.1.4 Kualitas Produk	9
2.1.5 Harga	10
2.1.6 Citra Merek	12
2.1.7 Keputusan Pembelian	13
2.1.8 Faktor-faktor Perilaku Konsumen	14
2.2 Penelitian Terdahulu	18

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2.3 Hipotesis Penelitian	22
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.2 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	23
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Identifikasi Variabel	24
3.2 Definisi Operasional Variabel	24
3.2.1 Variabel Bebas (<i>independent variable</i>)	24
3.2.2 Variabel Terikat (<i>dependent Variable</i>)	26
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.4 Jenis dan Sumber Data	28
3.4.1 Jenis Data	28
3.4.2 Sumber Data	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6.1 Metode Analisis Data	30
3.7 Teknik Pengolahan Data	31
3.7.1 Metode Pengujian Instrumen Data	32
3.7.1.1 Uji Validitas	32
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	32
3.7.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.2.1 Uji Normalitas	33
3.7.2.2 Uji Multikolinieritas	34
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.7.2.4 Uji Linieritas	35
3.7.3 Pengujian Hipotesis Penelitian	36
3.7.3.1 Uji t	37
3.7.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	37

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Telkom Kendatel Jember	38
4.1.2 Produk dan Harga Indihome PT Telkom Kendatel Jember	40
4.2 Deskripsi Responden	42
4.2.1 Populasi dan Sampel	42
4.2.1.1 Identitas Responden	42
4.3 Hasil Analisi Data	43
4.3.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	43
4.3.2 Pengujian Instrumen Data	49
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.3.5 Uji Hipotesis	55
4.3.6 Koefisien Determinasi	57
4.4 Pembahasan	57
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan	60
Saran	60
 DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Daftar Paket dan Tarif Indihome Fiber	3
Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 : Nilai Skala Likert	30
Tabel 4.1 : Jumlah Populasi	42
Tabel 4.2 : Responden Menurut Jenis Kelamin dan Umur	42
Tabel 4.3 : Frekuensi Indikator Responden	43
Tabel 4.4 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Harga	45
Tabel 4.5 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Citra Merek	46
Tabel 4.6 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas	49
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4.10 : Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.11 : Hasil Uji t	56
Tabel 4.12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 : Kerangka Konsep Penelitian	21
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Gambar 4.3 Hasil Uji Linieritas	55



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner
- Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 5 : Rekapitulasi Identitas Responden
- Lampiran 6 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 7 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 8 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : Ringkasan Penelitian Terdahulu
- Lampiran 10: Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 11: Dokumentasi



DAFTAR PUTAKA

Aaker, David. A. 2007. *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.

Andini, Budi Ditha. 2017. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Citra Handbody Lotion (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)*

Andriati, Ciko. 2017. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Konsumen Sepatu Bata Semarang)*

Bagaskara, Abraham Mahendra. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Di Semarang*

Bahrudin, Fijay. 2017. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm INK (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen Angkatan 2013)*

Eprints.ums.ac.id/31400/2/04._BAB_I.pdf

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-linieritas-dengan-program-spss.html>

<http://paketaninternet.com/2018/02/harga-paket-internet-indihome-2018.html>

<https://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html>

<https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid kesatu. Edisi kedua belas. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.

Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.

Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis. Bandung* : Penerbit Alfabeta.

Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF.

Tjiptono, Fandy.2008. *Strategi Pemasaran*. Bayumedia. Malang

Yanti, Dama. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Produk Oriflame (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Produk Oriflame)*

www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-

www.teguhhadisantoso.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-perilaku-konsumen-menurut-kotler/