



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PROVIDER INDIHOME  
PT TELKOM WITEL SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata I  
Departemen Administasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun :**

**Thalia Salsadilla Amanda Putri**

**14030118130067**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

**2022**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

1. Nama Lengkap : Thalia Salsadilla Amanda Putri
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118130067
3. Tempat / Tanggal Lahir : Jepara, 1 November 1999
4. Jurusan / Program Studi : S1-Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Pemuda No. 67B, Potroyudan, Jepara.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PROVIDER INDIHOME PT TELKOM WITEL SEMARANG”.**

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 02 Agustus 2022

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Pembuat Pernyataan,

Agung Budiarmo, S.Sos, MM  
NIP. 197112302001121001

Thalia Salsadilla Amanda Putri  
NIM. 14030118130067

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.  
NIP. 197603302003122001

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap  
Keputusan Pembelian Pada Provider Indihome PT. Telkom  
Witel Semarang.

Nama Penulis : Thalia Salsadilla Amanda Putri

NIM : 14030118130067

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Strata I pada  
Departemen Administasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Diponegoro

Semarang, 2 Agustus 2022

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Hardi Warsono, MTP

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19640827 1990001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing :

1. Agung Budiarmo, S.Sos, MM (.....)

2. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt (.....)

### Dosen Penguji Skripsi :

1. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB (.....)

2. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt (.....)

3. Agung Budiarmo, S.Sos, MM (.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*"Your biggest weakness is when you give up and your greatest power is when you try one more time"*

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Orang Tua yang saya sayangi, yang telah membimbing, mendoakan dan mengajarkan penulis untuk selalu sabar
2. Bapak Agung Budiarmo, S.Sos., MM sebagai dosen pembimbing pertama saya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt sebagai dosen pembimbing kedua saya yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu saya dalam setiap kegiatan akademik, serta telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Raihan Dwi Putra yang telah menemani dan menyemangati saya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat tercinta saya, Araafiona, Auliazahra, Veny, dan Nadhilah, Oxi, Gita yang telah mendukung dalam suka maupun duka dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Teman-teman satu bimbingan Oxi, Ratmi, Nabil, Osa, Aditya, Ulfiana, Sofinatun, Yola yang telah saling mengingatkan, menyemangati satu sama lain dan menjadi teman dalam menjalani proses bimbingan skripsi
8. Semua teman – teman Administrasi Bisnis 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu telah memberikan kenangan dalam masa perkuliahan ini.

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PROVIDER INDIHOME PT. TELKOM WITEL SEMARANG**

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi berbasis internet pada saat ini sudah mulai berkembang mengikuti kemajuan jaman, hal ini menjadikan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi melakukan sebuah peningkatan kepada konsumen agar para konsumen mempunyai keputusan pembelian yang tinggi. Keputusan pembelian merupakan salah satu kunci untuk dapat meningkatkan penjualan produk dalam suatu perusahaan. Ada banyak faktor dalam meningkatkan keputusan pembelian, yaitu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan harus mempunyai kualitas yang baik, selain kualitas produk suatu perusahaan juga harus mempertimbangkan harga, jika naiknya harga akan mempengaruhi pertimbangan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian atas produk atau jasa yang ditawarkan. Selain kualitas produk dan harga, promosi juga memiliki hubungan yang erat dengan tingginya keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi melalui keputusan pembelian pada pelanggan Indihome PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Semarang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan tipe penelitian explanatory research dan menggunakan teknik pengambilan *purposive sampling*. Metode analisis data yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana dan berganda, uji signifikansi (uji t dan uji F) dengan menggunakan program SPSS *for windows version 25,0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kategori kualitas produk dinyatakan sangat baik. Kategori harga diketahui dinyatakan terjangkau. Kategori promosi dinyatakan baik. Kualitas produk dinyatakan tinggi. Dari hasil analisis data diketahui bahwa kualitas produk, harga, dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Saran yang dapat disampaikan kepada PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Semarang adalah semakin meningkatkan kualitas jaringan internetnya agar tidak sering terjadi gangguan, dan dapat mengefisiensikan harga agar lebih terjangkau serta melakukan promosi kelebihan produk IndiHome yang menarik dari perusahaan lain.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

# **THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION TOWARDS PURCHASING DECISION OF INDIHOME CONSUMERS IN PT TELKOM WITEL SEMARANG**

## **ABSTRACT**

The development of internet-based technology at this time has begun to develop following the progress of the times, this makes telecommunications service providers make an increase to consumers so that consumers have high purchasing decisions. Purchasing decisions are one of the keys to increasing product sales in a company. There are many factors in improving purchasing decisions, namely the quality of products offered by a company must have good quality, in addition to product quality, a company must also consider price, if rising prices will affect customer considerations to make purchasing decisions for the products or services offered. In addition to product quality and price, promotion also has a close relationship with high purchasing decisions.

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion through purchasing decisions on customers of Indihome PT. Telecommunications Indonesia Witel Semarang. The sample in this study amounted to 100 respondents with the type of research explanatory research and using purposive sampling technique. The data analysis methods used were validity test, reliability test, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple regression analysis, significance test (t test and F test) using the SPSS for windows version 25.0 program.

The results showed that the product quality category was stated to be very good. The price category is known to be affordable. Promotion category is declared good. Product quality is declared high. From the results of data analysis, it is known that product quality, price, and promotion have a positive and significant influence on the purchasing decision variables.

Suggestions that can be submitted to PT. Telekomunikasi Indonesia Witel Semarang is to further improve the quality of its internet network so that there are no frequent interruptions, and to be able to streamline prices to make it more affordable and to promote the advantages of attractive IndiHome products from other companies.

**Keywords:** Product Quality, Price, Promotion, Purchase Decision

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah robbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan berkat, rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PROVIDER INDIHOME PT TELKOM WITEL SEMARANG”**. ini tidak mungkin dapat selesai tanpa doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan untuk Menyusun skripsi ini.
2. Dr. Widiartanto S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro dan dosen wali saya yang telah memberikan kesempatan untuk Menyusun skripsi.

3. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos, M.Si., selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan untuk Menyusun skripsi ini.
4. Bapak Agung Budiatmo, S.Sos., MM sebagai dosen pembimbing pertama saya yang telah memberikan arahan dan bimbingan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt sebagai dosen pembimbing kedua saya yang telah memberikan arahan dan bimbingan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen – dosen departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan berlangsung.
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang yang telah banyak membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh responden yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner yang telah saya berikan.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Saya sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari banyaknya kekurangan dan kesalahan juga membutuhkan perbaikan seiring waktu berjalan, sebagai bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati dan



lapang dada diterima dan diharapkan dapat membantu saya dalam penulisan penelitian selanjutnya agar bisa lebih baik lagi.

Semarang, 02 Agustus 2022

Pembuat Pernyataan

Thalia Salsadilla Amanda Putri

NIM. 14030118130067

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
1.5 Kerangka Teori .....	15
1.5.1 Perilaku Konsumen .....	15
1.5.2 Bauran pemasaran.....	18
1.5.3 Kualitas produk.....	21
1.5.4 Harga.....	27
1.5.5 Promosi.....	35
1.5.6 Keputusan pembelian .....	38
1.6 Pengaruh Antar Variabel .....	45
1.6.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	45
1.6.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian .....	46
1.6.3 Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian .....	47
1.6.4 Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.....	48
1.7 Penelitian Terdahulu .....	50
1.8 Rumusan Hipotesis.....	51
1.9 Definisi Konseptual.....	52
1.10 Definisi Operasional.....	54
1.11 Metode Penelitian .....	56
1.11.1Tipe Penelitian .....	56
1.11.2 Populasi dan Sampel.....	56
1.11.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	58
1.11.4 Jenis dan Sumber Data.....	60
1.11.5 Skala Pengukuran .....	60
1.11.6 Teknik Pengumpulan Data.....	61
1.11.7 Teknik Pengolahan Data.....	62
1.11.8 Instrumen Penelitian .....	63
1.11.9 Teknik Analisis Data .....	64
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN.72</b>	<b>72</b>
2.1 PT Telekomunikasi Indonesia.....	72
2.1.1 Sejarah Perkembangan PT Telkom Witel Semarang .....	72
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	76
2.1.3 Budaya Perusahaan .....	77
2.1.4 Logo PT Telekomunikasi Indonesia.....	78
2.1.5 Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia .....	80
2.1.6 Bidang Usaha PT. Telekomunikasi Indonesia .....	91
2.1.7 Produk PT. Telekomunikasi Indonesia.....	92
2.1.8 Jenis Paket dan Layanan IndiHome .....	94
2.2 Identitas Responden .....	96

2.2.1	Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
2.2.2	Komposisi Responden Berdasarkan Usia .....	97
2.2.3	Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	98
2.2.4	Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	99
2.2.5	Komposisi Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Tiap Bulan .....	100
2.2.6	Komposisi Responden Berdasarkan Lama Berlangganan Provider Indihome (Bulan/Tahun) .....	101
2.2.7	Komposisi Responden Berdasarkan Harga Paket Provider Indihome Yang Digunakan .....	102
<b>BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PROVIDER INDIHOME PT TELKOM DI WILAYAH SEMARANG .....</b>		
<b>105</b>		
3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	105
3.1.1	Uji Validitas .....	106
3.1.2	Uji Reliabilitas .....	109
3.2	Analisis Deskripsi Variabel .....	110
3.2.1	Persepsi Responden terhadap Variabel Kualitas Produk .....	110
3.2.1.1	Persepsi mengenai Kecepatan Internet yang digunakan .....	111
3.2.1.2	Persepsi mengenai Kecepatan Internet yang digunakan sesuai dengan yang ditawarkan .....	112
3.2.1.3	Persepsi mengenai Kecepatan Penanganan Perbaikan .....	114
	Gangguan yang dialami Pelanggan .....	114
3.2.1.4	Persepsi mengenai Daya Tahan Perangkat (Modem) yang digunakan .....	115
3.2.1.5	Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Kualitas Produk .....	116
3.2.1.6	Kategorisasi Variabel Kualitas Produk .....	118
3.2.2	Persepsi Responden terhadap Variabel Harga .....	120
3.2.2.1	Persepsi mengenai Harga Sesuai dengan Kualitas .....	120
3.2.2.2	Persepsi mengenai Harga yang ditawarkan Terjangkau .....	121
3.2.2.3	Persepsi mengenai Kesesuaian Paket Harga dengan Kecepatan Internet yang ditawarkan .....	122
3.2.2.4	Persepsi Perbandingan Harga Indihome dengan Merk Lain .....	123
3.2.2.5	Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Harga .....	124
3.2.2.6	Kategorisasi Variabel Harga .....	126
3.2.3	Persepsi Responden terhadap Variabel Promosi .....	128
3.2.3.1	Persepsi mengenai Daya Tarik Pesan Iklan .....	129
3.2.3.2	Persepsi mengenai Keragaman Iklan .....	130
3.2.3.3	Persepsi mengenai Frekuensi Promosi .....	131
3.2.3.4	Persepsi mengenai Kejelasan Pesan Iklan Melalui Promosi .....	132
3.2.3.5	Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Promosi .....	133
3.2.3.6	Kategorisasi Variabel Promosi .....	134
3.2.4	Persepsi Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	136
3.2.4.1	Persepsi mengenai Produk IndiHome Sesuai dengan Kebutuhan .....	137
3.2.4.2	Persepsi mengenai Keinginan Untuk tetap Menggunakan Layanan .....	138
3.2.4.3	Persepsi mengenai Ketepatan Pemilihan IndiHome Sebagai Provider Internet ..	139
3.2.4.4	Rekapitulasi Penilaian Responden mengenai Keputusan Pembelian .....	140
3.2.4.5	Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	141
3.3	Uji Hipotesis .....	143
3.3.1	Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	143
3.3.1.1	Analisis Tabulasi Silang Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	144
3.3.1.2	Koefisien Korelasi .....	145

3.3.1.3 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	146
3.3.1.4 Regresi Linear Sederhana .....	146
3.3.1.5 Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	148
3.3.2 Analisis Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	149
3.3.2.1 Analisis Tabulasi Silang Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	149
3.3.2.2 Koefisien Korelasi .....	151
3.3.2.3 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	151
3.3.2.4 Regresi Linear Sederhana .....	152
3.3.2.5 Uji t Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	153
3.3.3 Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	154
3.3.3.1 Analisis Tabulasi Silang Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	155
3.3.3.2 Koefisien Korelasi .....	156
3.3.3.3 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	157
3.3.3.4 Regresi Linear Sederhana .....	157
3.3.3.5 Uji t Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	158
3.3.4 Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	159
3.3.4.1 Koefisien Korelasi .....	160
3.3.4.2 Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	160
3.3.4.3 Regresi Linear Berganda.....	161
3.3.4.4 Uji Signifikansi .....	163
3.4 Pembahasan.....	166
3.4.1 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	167
3.4.2 Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	169
3.4.3 Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	170
3.4.4 Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	173
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>174</b>
4.1 Kesimpulan .....	174
4.2 Saran.....	175
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>178</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>180</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pelanggan yang Berlangganan Indihome dan Jumlah Pelanggan yang Berhenti Berlangganan Indihome .....	5
Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Indihome dengan Provider Lain .....	8
Tabel 1. 3 Penelitian Terdahulu .....	50
Tabel 1. 4 Perhitungan Responden dari Persentase Pelanggan pada Setiap STO .....	59
Tabel 1. 5 Skala Pengukuran Model Skala Likert.....	61
Tabel 1. 6 Pedoman Untuk Memberikan Penjelasan Koefisien.....	65
Tabel 2. 1 Harga Paket Wifi Indihome.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 2 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 3 Komposisi Responden Berdasarkan Usia ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 5 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 6 Komposisi Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan Tiap Bulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 7 Lama Berlangganan Provider Indihome .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2. 8 Komposisi Responden Berdasarkan Harga Paket Provider Indihome yang Digunakan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	107
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	107
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi .....	108
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	109
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	110
Tabel 3. 6 Kecepatan Internet yang digunakan .....	111
Tabel 3. 7 Kecepatan Internet yang digunakan Sesuai dengan yang ditawarkan .....	113
Tabel 3. 8 Penanganan Perbaikan Gangguan yang dialami Pelanggan.....	114
Tabel 3. 9 Daya Tahan Perangkat (Modem) yang digunakan .....	115
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Kualitas Produk ...	117
Tabel 3. 11 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk .....	119
Tabel 3. 12 Harga Sesuai dengan Kualitas .....	121
Tabel 3. 13 Harga yang ditawarkan Terjangkau .....	122
Tabel 3. 14 Kesesuaian Paket Harga dengan Kecepatan Internet yang ditawarkan.....	123
Tabel 3. 15 Perbandingan Harga Indihome dengan Merk Lain .....	124
Tabel 3. 16 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Harga.....	125
Tabel 3. 17 Kategorisasi Variabel Harga .....	128
Tabel 3. 18 Daya Tarik Pesan Iklan .....	129
Tabel 3. 19 Keragaman Iklan.....	130
Tabel 3. 20 Frekuensi Promosi .....	131
Tabel 3. 21 Kejelasan Pesan Iklan Melalui Promosi.....	132
Tabel 3. 22 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Promosi .....	133
Tabel 3. 23 Kategorisasi Variabel Promosi .....	136
Tabel 3. 24 Produk IndiHome Sesuai dengan Kebutuhan .....	137
Tabel 3. 25 Keinginan Untuk tetap Menggunakan Layanan .....	138
Tabel 3. 26 Ketepatan Pemilihan IndiHome Sebagai Provider Internet.....	139
Tabel 3. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian .....	140
Tabel 3. 28 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian .....	143

Tabel 3. 29 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	145
Tabel 3. 30 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	145
Tabel 3. 31 Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	147
Tabel 3. 32 Tabulasi Silang Pada Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	145
Tabel 3. 33 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	151
Tabel 3. 34 Uji Regresi Linear Sederhana Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	152
Tabel 3. 35 Tabulasi Silang Pada Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	160
Tabel 3. 36 Hasil Uji Korelasi Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	156
Tabel 3. 37 Uji Regresi Linear Sederhana Promosi terhadap Keputusan Pembelian...	157
Tabel 3. 38 Hasil Uji Korelasi Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	160
Tabel 3. 39 Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	161
Tabel 3. 40 Hasil Perhitungan Uji F antara Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian .....	164

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Produk Indihome tahun 2018-2020.....	5
Gambar 1. 2 Laporan Gangguan selama 2020.....	7
Gambar 1. 3 Model Hipotesis Penelitian.....	52
Gambar 1. 4 Kurva Hasil Uji t ( <i>One Tail</i> ).....	70
Gambar 1. 5 Kurva Hasil Uji F ( <i>One Tail</i> ).....	71
Gambar 2. 1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 2 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	154
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan t-Test Variabel Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	159
Gambar 3. 4 Hasil Uji Hipotesis 4 .....	166