



**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET
SMARTFREN SUPER 4G *UNLIMITED***

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Bella Yunita

NIM : 14030116120004

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

2020

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bella Yunita
NIM : 14030116120004
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun dengan judul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET
SMARTFREN SUPER 4G *UNLIMITED***

adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 27 Mei 2020
Pembuat Pernyataan,

Bella Yunita
NIM. 14030116120004

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi
Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet
Smartfren Super 4G *Unlimited*

Nama Penyusun : Bella Yunita

NIM : 14030116120004

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 27 Mei 2020

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP


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

NIP. 19640827 199001 1 001

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing:

1. Drs. Tandiyono Pradekso, M.Sc

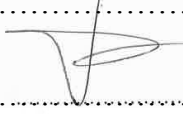
(.....)

Dosen Penguji Skripsi:


1. S.Rouli Manalu, S.Sos, MCommSt. Ph.D

(.....)

2. Dr. Adi Nugroho, M.Si

(.....)

3. Drs. Tandiyono Pradekso, M.Sc

(.....)

HALAMAN MOTTO

“.. this too, shall pass”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Suwati dan Bapak Prasetya. Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa ayah dan ibu serta selalu membiarkan saya mengejar impian saya apa pun itu. *I love you.*
2. Ratri Eka Pratiwi, Ridwan Kurniawan Wicaksono, dan Rafardhan Ghani Wicaksono. *Thank you for being a thoughtful sister, brother and an adorable nephew.*
3. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih untuk saran dan masukannya selama proses pengerjaan skripsi dan membimbing dengan sepenuh hati serta penuh kesabaran.
4. S.Rouli Manalu, S.Sos, MCommSt. Ph.D dan Dr. Adi Nugroho, M.Si selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih untuk bimbingan dan arahnya.
5. S.Rouli Manalu, S.Sos, MCommSt. Ph.D selaku dosen wali. Terima kasih telah memberikan bimbingan selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen ilmu komunikasi Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu-ilmu bermanfaat dan pengalaman perkuliahan yang luar biasa berkesan. Terima kasih banyak.

7. *The one that I dearly love: Mohammad Fajri Kurnia Rahman. Terima kasih sudah menjadi tempat untuk pulang, pengingat siapa diri ini selama enam tahun and for being my #1 support system.*
8. *Naila Putri as a bestfiend since junior high school who's always there for me.Thanks for keeping me in your thoughts!*
9. *Sessy Refi Sanina, sahabat yang selalu ada untuk memberi inspirasi, dukungan, dan dorongan dalam berbagai hal. Love you!*
10. *The ones that always stick around through the ups and downs during college life: Sessy, Alma, Fay, Karin, Tasya, Nimas, Deta, Femega. Thank you for always making sure I am okay and believing in me!*
11. *The ones that I am so glad I met in life: Hanik, Reno, Amel, Ardan, Seno, Alvin. Thank you for the friendship!*
12. *Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang sudah berjuang bersama selama empat tahun. Terimakasih atas pengalaman dan pelajaran yang sudah kita ukir bersama. Semoga kita semua bisa bertemu kembali.*

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G *Unlimited*.

Nama : Bella Yunita

NIM : 14030116120004

Penelitian ini diangkat berdasarkan permasalahan Smartfren di Indonesia yang mengalami penurunan yang signifikan dalam data Top Brand Award sebagai kategori *Internet Service Provider Mobile* sejak tahun 2016 dan tidak masuk dalam top brand Index di tahun 2018 yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian menurun selaras dengan turunnya peringkat serta persentase penggunaan Smartfren. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian paket internet Smartfren Super 4G *Unlimited*. Penelitian ini merupakan penelitian *explanatory* dengan objek penelitian laki-laki dan perempuan berusia 17-25 tahun yang mengetahui atau menggunakan paket internet Smartfren Super 4G *Unlimited* di Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet Smartfren Super 4G *Unlimited* dengan nilai signifikansi citra merek sebesar 0,626 ($>0,05$), kualitas produk sebesar 0,708 ($>0,05$), dan persepsi harga sebesar 0,331 ($>0,05$).

Kata Kunci : citra merek, kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

Title : The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price Perception
Towards Purchasing Decision of Smartfren Super 4G Unlimited Internet
Package

Name : Bella Yunita

NIM : 14030116120004

This research is based on the Smartfren problem in Indonesia which experienced a significant decrease in Top Brand Award data as a category of Mobile Internet Service Provider in 2016 and not included in the top brand Index in 2018 which indicates that purchasing decisions are declining in line with the downgrade and percentage of Smartfren usage. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of brand image, product quality, and price perception towards purchasing decisions of the Smartfren Super 4G Unlimited internet package. This research is an explanatory study with male and female aged 17-25 years who know or use the Smartfren Super 4G Unlimited internet package in Semarang City.

The results showed that the variables were not related to the purchasing decision of Smartfren Super 4G *Unlimited* internet package with a significance value of the brand image of 0.626 (> 0.05), product quality of 0.708 (> 0.05), and price perception of 0.331 ($> 0, 05$).

Keywords: brand image, product quality, price perception, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G *Unlimited*” ini berusaha untuk menjelaskan pengaruh antara faktor yang memengaruhi keputusan pembelian paket internet Smartfren Super 4G *Unlimited*.

Penelitian ini diangkat berdasarkan permasalahan Smartfren di Indonesia yang mengalami penurunan yang signifikan dalam data Top Brand Award sebagai kategori *Internet Service Provider Mobile* sejak tahun 2016 dan tidak masuk dalam top brand Index di tahun 2018 yang mengindikasikan bahwa keputusan pembelian menurun selaras dengan turunnya peringkat serta persentase penggunaan Smartfren.

Skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab pertama berisi rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini, tujuan, manfaat, landasan teori, definisi operasional dan konseptual, serta metode penelitian. Bab kedua memaparkan hasil temuan yang didapatkan dari alat penelitian yaitu kuesioner. Bab ketiga berisi tentang analisis uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Terakhir, pada bab keempat berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Semarang, 27 Mei 2020

Penyusun

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| ABSTRAKSI..... | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xiv |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 13 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 15 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| 1.5 Landasan Teori..... | 16 |
| 1.5.1 State of The Art..... | 16 |
| 1.5.2 Citra Merek..... | 18 |
| 1.5.3 Kualitas Produk..... | 20 |
| 1.5.4 Persepsi Harga..... | 22 |
| 1.5.5 Keputusan Pembelian..... | 23 |
| 1.6 Kerangka Berpikir..... | 21 |
| 1.6.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G <i>Unlimited</i> | 25 |
| 1.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian | |

| | |
|---|-----------|
| Paket Internet Smartfren Super 4G <i>Unlimited</i> | 26 |
| 1.6.3 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G <i>Unlimited</i> | 26 |
| 1.7 Hipotesis..... | 28 |
| 1.8 Definisi Konseptual..... | 28 |
| 1.8.1 Citra Merek..... | 28 |
| 1.8.2 Kualitas Produk..... | 29 |
| 1.8.3 Persepsi Harga..... | 29 |
| 1.8.4 Keputusan Pembelian..... | 29 |
| 1.9 Definisi Operasional..... | 29 |
| 1.8.1 Citra Merek..... | 29 |
| 1.8.2 Kualitas Produk..... | 30 |
| 1.8.3 Persepsi Harga..... | 30 |
| 1.8.4 Keputusan Pembelian..... | 30 |
| 1.9 Metode Penelitian..... | 31 |
| 1.9.1 Tipe Penelitian..... | 31 |
| 1.9.2 Populasi dan Sampel..... | 31 |
| 1.9.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 31 |
| 1.9.4 Jenis dan Sumber Data..... | 32 |
| 1.9.5 Alat Pengambilan Data..... | 32 |
| 1.9.6 Teknik Pengolahan Data..... | 32 |
| 1.9.7 Uji Validitas dan Reliabilitas | 33 |
| 1.9.8 Analisis Data | 33 |
| BAB II CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM PAKET INTERNET SMARTFREN SUPER 4G<i>UNLIMITED</i>..... | 34 |
| 2.1 Identitas Responden..... | 34 |
| 2.1.1 Jenis Kelamin..... | 34 |
| 2.1.2 Usia Responden..... | 35 |
| 2.2 Citra Merek..... | 35 |
| 2.2.1 <i>Strenght</i> | 36 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.2 <i>Unique</i> | 37 |
| 2.2.3 <i>Favorable</i> | 38 |
| 2.3 Kualitas Produk..... | 40 |
| 2.3.1 Kekuatan Jaringan..... | 41 |
| 2.3.2 Kecepatan jaringan, Eror yang Terjadi, Kecepatan Download, dan Kecepatan Upload..... | 41 |
| 2.4 Persepsi Harga..... | 43 |
| 2.4.1 Keterjangkauan Harga, Daya saing harga, Kesesuaian dengan Manfaat dan Kesesuaian dengan Kualitas..... | 43 |
| 2.5 Keputusan Pembelian..... | 45 |
| BAB III PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET SMARTFREN SUPER 4G UNLIMITED..... | 48 |
| 3.1 Uji Asumsi Klasik..... | 48 |
| 3.1.1 Uji Multikolineritas..... | 49 |
| 3.1.2 Uji Heterotistik..... | 50 |
| 3.1.3 Uji Normalitas..... | 51 |
| 3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana..... | 52 |
| 3.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G <i>Unlimited</i> | 51 |
| 3.2.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G Unlmited..... | 52 |
| 3.2.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G Unlmited..... | 53 |
| 3.5 Pembahasan..... | 56 |
| BAB IV PENUTUP..... | 60 |
| 4.1 Simpulan..... | 60 |
| 4.2 Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 63 |
| LAMPIRAN..... | 68 |

DAFTAR DIAGRAM

| | |
|---|----|
| Diagram 1.1 Skema Pengaruh Antar Variabel..... | 28 |
| Diagram 2.1 Jenis Kelamin Responden..... | 34 |
| Diagram 2.2 Usia Responden..... | 35 |
| Diagram 2.3 Strenghtness..... | 36 |
| Diagram 2.4 Uniqueness..... | 37 |
| Diagram 2.5 Favorable..... | 38 |
| Diagram 2.6 Variabel Citra Merek..... | 39 |
| Diagram 2.7 Kekuatan Jaringan..... | 40 |
| Diagram 2.8 Kecepatan Jaringan, Eror yang Terjadi, Kecepatan Download, dan Kecepatan Upload..... | 41 |
| Diagram 2.9 Variabel Kualitas Produk..... | 42 |
| Diagram 2.10 Keterjangkauan Harga, Daya saing harga, Kesesuaian dengan Manfaat dan Kesesuaian dengan Kualitas..... | 43 |
| Diagram 2.11 Variabel Persepsi Harga..... | 45 |
| Diagram 2.12 Pembelian Smartfren Super 4G <i>Unlimited</i> | 46 |
| Diagram 2.13 Variabel Keputusan Pembelian..... | 47 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Penyedia Internet Seluler Paling Populer Untuk Mengakses Internet Di Indonesia April 2019..... | 2 |
| Tabel 1.2 Perbandingan Harga Paket Internet Provider..... | 7 |
| Tabel 1.3 Koneksi Seluler Internet di Indonesia..... | 9 |
| Tabel 3.1 Koefisien Uji Multikolinieritas..... | 49 |
| Tabel 3.2 Koefisien Uji Heterotistik..... | 50 |
| Tabel 3.3 Uji Kolmogorov Smirnov..... | 52 |
| Tabel 3.4 Uji Regresi Linier Sederhana 1..... | 53 |
| Tabel 3.2 Uji Regresi Linier Sederhana 2..... | 54 |
| Tabel 3.3 Uji Regresi Linier Sederhana 3..... | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Laporan Laba Rugi Smartfren..... | 13 |
|---|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Matriks Penelitian..... | 68 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian..... | 71 |
| Lampiran 3 Tabel Induk..... | 76 |