

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA
XL XTRA COMBO LITE**

(Studi pada PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



UNIVERSITAS
Nama : Yogi Pranata
NIM : 43113320050
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA
XL XTRA COMBO LITE**

(Studi pada PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



U N I V E R S I T A S
Nama : Yogi Pranata
NIM : 43113320050
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yogi Pranata

Nim : 43113320050

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

Jakarta, 5 Desember 2019



NIM: 43113320050

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yogi Pranata
NIM : 43113320050
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Xtra Combo Lite
(Studi pada PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran)
Tanggal Lulus Ujian : 29 Januari 2020

Disahkan Oleh:

Pembimbing,



Dra. Yanti Murni, MM.

Tanggal: 01-02-2020

Ketua Penguji,



Dr. Parwoto, ST., MM.

Tanggal: 05-02-2020

Dekan,



Dr. Harnowinsah, Ak., M.Si., CA., CIPCAS.

Tanggal: 01-02-2020

Ketua Program Studi
S1 Manajemen,



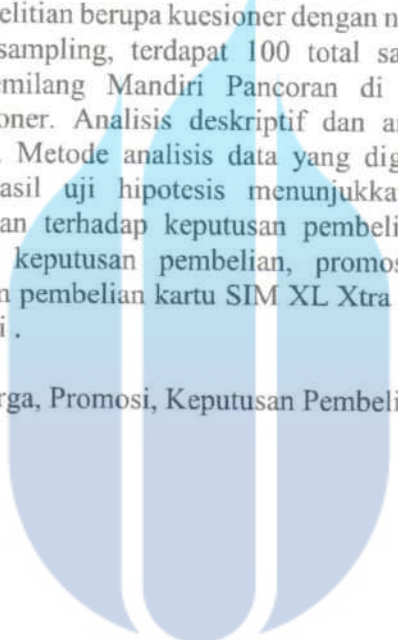
Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal: 7/2/2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen. Objeknya adalah kartu SIM XL Xtra Combo Lite PT. Pelanggan Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran di Jakarta Selatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksploratif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dengan non-probability sampling dengan metode accidental sampling, terdapat 100 total sampel yang merupakan konsumen PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran di Jakarta Selatan. Data dikumpulkan melalui kuesioner. Analisis deskriptif dan analisis jalur digunakan sebagai teknik analisis data. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kartu SIM XL Xtra Combo Lite Konsumen PT. Trijaya Gemilang Mandiri .

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

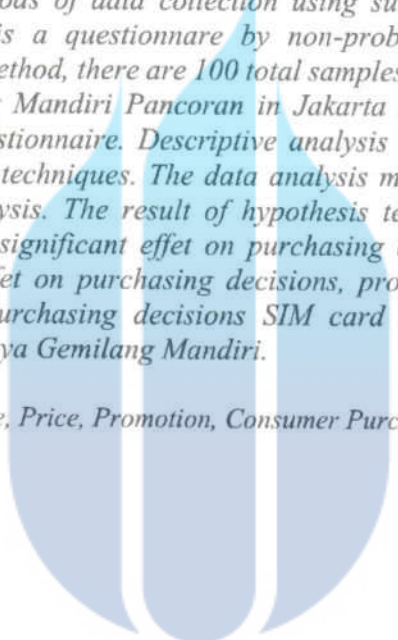


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aimed to analyze the influence of brand image, price, and promotion on consumer purchase decision. The Object is SIM card XL Xtra Combo Lite PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran customer in Jakarta Selatan. Research type used is exploratory research with approach quantitative descriptive. The Methods of data collection using survey method, with the research instrument is a questionnaire by non-probability sampling with accidental sampling method, there are 100 total samples who are consumers of PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran in Jakarta Selatan. The data are collected through questionnaire. Descriptive analysis and path analysis are used as data analysis techniques. The data analysis method used is multiple linier regression analysis. The result of hypothesis test showed that brand image has a positive significant effet on purchasing decisions, price has a positive significant effet on purchasing decisions, promotion has a positive significant effet on purchasing decisions SIM card XL Xtra Combo Lite Consumers of PT.Trijaya Gemilang Mandiri.

Key Words: Brand Image, Price, Promotion, Consumer Purchase Decision.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Xtra Combo Lite (Studi kasus Pada PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dra. Ibu Yanti Murni, MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ucapkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Pimpinan dan karyawan PT. Trijaya Gemilang Mandiri Pancoran yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
7. Kedua orang tua dan kakak yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada peneliti serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh anggota keluarga besar Muhyani, yang telah mendukung dan mendoakan saya.
9. Rekan-rekan Manajemen S1 atas dedikasinya selama menimba ilmu di Universitas Mercu Buana yang telah memberikan cerita, pengalaman, dan perhatiannya.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.



Jakarta, 5 Desember 2019

Yogi Pranata

U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kontribusi Penelitian	8
a. Kontribusi Akademik.....	8
b. Kontribusi Praktik.....	9
 BAB II KAJIAN TEORI, RERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian.....	10
a. Pengertian keputusan Pembelian.....	10
b. Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian	11
c. Faktor-faktor Keputusan Pembelian.....	12
2. Citra Merek	19
a. Pengertian Citra Merek	19
b. Dimensi dan Indikator Citra Merek	19
c. Manfaat Merek	21
3. Harga	22
a. Pengertian Harga	22
b. Dimensi dan Indikator Harga	23
c. Metode Penetapan Harga	24

4. Promosi.....	27
a. Pengertian promosi.....	27
b. Dimensi dan Indikator Promosi	28
c. Tujuan Promosi	32
5. Penelitian Terdahulu	33
B. Rerangka Konseptual	36
C. Pengembangan Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	40
1. Waktu Penelitian	40
2. Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Operasional Variabel	40
1. Definisi Variabel	40
a. Variabel Independen	41
b. Variabel Dependen.....	41
2. Operasional Variabel.....	41
D. Skala Pengukuran Variabel.....	44
E. Populasi dan Sampel Penelitian	45
1. Populasi Penelitian	45
2. Sampel Penelitian.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	47
G. Metode Analisis.....	48
1. Statistik Deskriptif.....	48
2. Uji Kualitas Data.....	48
3. Uji Asumsi Klasik	49
4. Uji Keesuaian Model.....	52
5. Analisis Regresi Linier Berganda	53
6. Uji Hipotesis.....	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif.....	55
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
2. Deskripsi Responden.....	56
3. Deskripsi Variabel.....	59
B. Uji Instrumen.....	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reabilitas.....	70
C. Uji Asumsi Klasik	70
1. Hasil Uji Normalitas.....	70
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
4. Hasil Uji Kesesuaian Model.....	73
a. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	73
b. Hasil Uji Signifikansi Anova-F (Anova)	74

5. Hasil Uji Analisis Regresi Liner Berganda	75
6. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian	78
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	78
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	79
3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	81
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	89



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penggunaan Smartphone di Indonesia	4
1.2 Data Penjualan Kartu Perdana XL Xtra Combo Lite	5
1.3 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian	6
2.1 Penelitian Terdahulu	33
3.1 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian	42
3.2 Definisi Operasional Variabel Citra Merek	42
3.3 Definisi Operasional Variabel Harga	43
3.4 Definisi Operasional Variabel Promosi	43
3.5 Instrumen Skala Likert	44
4.1 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Usia	57
4.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pekerjaan	58
4.4 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	59
4.5 Statistik Deskriptif Citra Merek	60
4.6 Statistik Deskriptif Harga	62
4.7 Statistik Deskriptif Promosi	63
4.8 Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	65
4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	66
4.10 Hasil Uji Validitas Harga	67
4.11 Hasil Uji Validitas Promosi	68
4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	69
4.13 Hasil Uji Reabilitas Seluruh variabel	70
4.14 Hasil Uji Multikolineritas	72
4.15 Hasil Uji Determinasi (R^2)	74

4.16 Hasil Uji Anova	75
4.17 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	76
4.18 Hasil Uji Statistik t Hitung	77



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Rerangka Konseptual.....	37
4.1 Normal Probability Plot.....	71
4.2 Diagram Scatter Plot.....	73



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.	Kuisioner Penelitian.....	89
2.	Hasil Kuesioner	94
3.	Hasil Statistik Deskriptif.....	106
4.	Hasil Uji Validitas	107
5.	Hasil Uji Reliabilitas.....	112
6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	113
7.	Hasil Uji Kesesuaian Model	114
8.	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	115
9.	Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	116
10.	Tabel Tingkat signifikansi untuk uji satu arah	116



UNIVERSITAS
MERCU BUANA