



**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA KARTU SELULER
TELKOMSEL PRABAYAR DI JABODETABEK**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Sarjana (S1) pada Program Studi Psikologi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Oleh:
BELINDA KHAIRUNNISA

46113010075

FAKULTAS PSIKOLOGI

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2017

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Prabayar di Jabodetabek" telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada 16 Februari 2017. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana.



Pembimbing

Irfan Aulia
Dr. Irfan Aulia Syaiful, M.Psi

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Prabayar di Jabodetabek

Nama : Belinda Khairunnisa

NIM : 46113010075

Program : Program Studi Psikologi

Tanggal : 16 Februari 2017

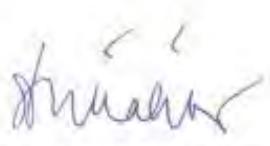


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Ketua Program Studi


Muhammad Iqbal, Ph.D


Dra. Tika Bisono, M.Psi, Psikolog

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Prabayar di Jabodetabek

Nama : Belinda Khairunnisa

NIM : 46113010075

Program : Program Studi Psikologi



Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan yang digunakan telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 16 Februari 2017



Belinda Khairunnisa

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pengguna Kartu Seluler Telkomsel Prabayar di Jabodetabek” dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi Strata-1 (S1) dalam Program Studi Psikologi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung dalam bentuk bimbingan, dorongan moril maupun materiil. Maka dalam kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua saya, Papa dan Mama, tiga kakak saya Mas Adit, Mas Angga, Mas Aji, satu kakak ipar saya Mbak Andin, dan keponakan saya Aqleema yang selama ini memberikan dukungan baik moril maupun materiil, maupun dukungan spiritual yang telah dilimpahkan selama menempuh studi di Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Dr. Irfan Aulia Syaiful., M.Psi, selaku pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, waktu, tenaga, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Muhammad Iqbal., Ph.D dan segenap jajaran pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak pelajaran serta pengalaman untuk penulis selama masa perkuliahan.
4. Teman satu bimbingan skripsi, Zahra, Dian dan Tiwi yang saling membantu apabila kita ada yang kesulitan selama masa bimbingan.
5. Sahabat-sahabatku, Galuh, Tika, Nidya, Yulia, Fatiyah. Terima kasih sudah memberikan dukungan, semangat, kebahagiaan, serta keceriaan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

6. Teman-teman laboratorium psikodiagnostik, Bu Yenny, Bu Popi, Ka Dwi, dan rekan-rekan aslab. Terima kasih untuk selalu mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman Psikologi 2013. Terima kasih telah memberikan canda tawa, dukungan, serta pengalaman yang tak terlupakan selama perkuliahan.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan yang tentunya telah berjasa sangat besar baik langsung maupun tidak langsung selama perkuliahan maupun selama penyusunan skripsi ini berlangsung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun mengenai skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi pembaca dalam melakukan penelitian yang serupa.



Belinda Khairunnisa

DAFTAR ISI

ABSTRACT i

ABSTRAK ii

PENGESAHAN iii

PERNYATAAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian

 1.4.1 Manfaat teoritis 7

 1.4.2 Manfaat praktis 7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Loyalitas Pelanggan

 2.1.1 Definisi Loyalitas Pelanggan 8

 2.1.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan 10

2.2 Persepsi Harga

2.2.1 Definisi Harga	11
2.2.2 Definisi Persepsi	15
2.2.3 Persepsi Harga	16
2.2.4 Dimensi Persepsi Harga	16

2.3 Citra Merek

2.3.1 Definisi Citra	20
2.3.2 Definisi Merek	21
2.3.3 Definisi Citra Merek	22
2.3.4 Dimensi Citra Merek	22
2.4 Penelitian Terdahulu	30
2.5 Kerangka Pemikiran	36
2.6 Hipotesis Penelitian	38

UNIVERSITAS MERCU BUANA

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 39

3.2 Subjek Penelitian

3.2.1 Subjek Penelitian	39
3.2.2 Tempat dan Waktu Penelitian	39

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian 40

3.4 Operasionalisasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Persepsi Harga	40
3.4.2 Variabel Citra Merek	41
3.4.3 Variabel Loyalitas Pelanggan	41

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	42

3.6 Sumber Data Penelitian

3.7 Metode Pengumpulan Data	
3.7.1 Skala Ukur Persepsi Harga	44
3.7.2 Skala Ukur Citra Merek	45
3.7.3 Skala Ukur Loyalitas Pelanggan	46

3.8 Teknik Analisis Verifikatif

3.8.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)	48
3.8.2 Estimasi Persamaan Full Model	49

3.8.3 <i>Path Analysis</i>	50
----------------------------------	----

3.8.4 Uji Hipotesis	50
---------------------------	----

3.9 Jadwal Penelitian

3.9.1 Lokasi Penelitian	51
-------------------------------	----

3.9.2 Waktu Pelaksanaan	51
-------------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Umum Subjek Penelitian

4.1.1 Kuesioner Penelitian	52
----------------------------------	----

4.2 Tanggapan Responden

4.2.1 Variabel Persepsi Harga	65
-------------------------------------	----

4.2.2 Variabel Citra Merek	74
----------------------------------	----

4.2.3 Variabel Loyalitas Pelanggan	82
--	----

4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA)

4.3.1 Pengujian Validitas	87
---------------------------------	----

4.3.2 Pengujian <i>Composite Reliability</i>	90
--	----

4.4 Estimasi Persamaan Full Model	93
4.5 Path Analysis (Analisis Jalur)	97
4.6 Uji Hipotesis	
4.6.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	98
4.6.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	99
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	100
4.7 Pembahasan	
4.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	102
4.7.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	105
4.7.3 Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan kartu Seluler Telkomsel Prabayar	107

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	109
5.2 Diskusi	110
5.3 Keterbatasan	112
5.4 Saran	113

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**