

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELKOMSEL  
(Studi Kasus Pada HP Center Mall Tangerang City)**

**SKRIPSI**



Nama : Tika Winarti Suryadi

Nim : 43111010280

**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCUBUANA**

**JAKARTA**

**2016**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELKOMSEL  
(Studi Kasus Pada HP Center Mall Tangerang City)**

**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 : Tika Winarti Suryadi  
Nim : 43111010280  
**MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCUBUANA  
JAKARTA  
2016**

## **SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tika Winarti Suryadi

NIM : 43111010280

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari 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).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Jakarta, 16 Februari 2016



(Tika Winarti Suryadi)

NIM : 43111010280

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tika Winarti Suryadi  
NIM : 43111010280  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Telkomsel (Studi Kasus Pada HP Center Mall Tangerang City)

Tanggal Lulus Ujian : 16 Februari 2016

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Erna S. Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal: 23 Februari 2016

Ketua Pengaji

Ir. Sahibul Munir, SE., M.Si

Tanggal: 22 Februari 2016



Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA

Tanggal: 1 Maret 2016

Ketua Program Studi  
Manajemen-S1

Dr. Rina Astini, SE., MM

Tanggal: 29/2 2016

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena hanya berkat rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Perpindahan Pengguna Provider XL ke Telkomsel ”..**

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT dan Rasulullah SAW yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya hingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
2. Ibu saya tercinta Supriyati dan Ayah saya tersayang Icun Suryadi yang telah mengerahkan seluruh tenaga, materi dan doa dalam membesarkan saya dan hingga saya bisa menyelesaikan penyusunan skripsi.
3. Anak tercinta dan tersayang Prilly Ramadhanti Revadhitia yang telah menjadi motivasi untuk saya agar segera menyelesaikan studi dan menjadi orangtua yang baik dan bermanfaat.
4. Untuk kakak-kakak saya tercinta, Suhandi, Rini, Sulistyani dan Widi Setiawan atas dukungan dan doa dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
5. Suami tercinta Egy Adhitia Saputra yang telah setia menemani dan membantu saya dalam penyusunan skripsi.
6. Keluarga besar Bpk. Icun Suryadi dan Bpk. Edi Akhyar Setiadi, dan adik ipar saya Hendy Ariestas, Cindy Agustriani, dan Ogy akbar, serta keponakan

tercinta Anisa Fitriani Suhandi, Ellora Malvin Putra Ditya, Raditya Natan, dan Ameera Zaskia Putri Ditya.

7. Ibu Erna Sofriana Imaningsih , SE., M.Si Selaku dosen pembimbing yang cantik atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing, memotivasi, dan mengarahkan penulis.
8. Bapak Dr. Ir. Arissetyanto Nugroho, MM selaku rektor Universitas Mercu Buana.
9. Ibu Dr. Rina Astini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen-S1, Ibu Luna Haningsih, SE., ME dan Ibu Hesti Maheswari, SE., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen-S1.
10. Untuk teman-teman Manajemen-S1 angkatan 2011, dan sahabat-sahabat terdekat saya dan seperjuangan saya yang telah meraih gelar sarjana terlebih dahulu Wahyu Setia Pembudi, SE., Lulu Yulianti, SE., Ahmad Rahimaji, SE., Sari Saraswati, SE., Rantxa Widya Pangestika, SE., Aldian Tanoyo, SE., Nadira S. Octaviora, SE., Alfania Aprilita, SE., Defa Satria Ramadani, SE.,
11. Untuk Sahabat-Sahabat terdekat saya dan seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi Rara Sukma Anindya, Al Ambiya Nur Fauzi, Alfiansyah, Fitri Mardianti, Musfirhanty, Agi Ary Arrahim, Patar Pakpahan, Hafizri, M. Tantyo Widyatama.
12. Untuk sahabat-sahabat terdekat saya Sinta Hanafi, May Putri, Sefyan Chandra, Iqbal Putra, Rizki Randi, Reza Fachrizal, Orlando, Chandra Setiawan.
13. Untuk Rama Dhanu, SE., atas bimbingan dan ilmu nya selama penulisan skripsi saya berlangsung.

14. Untuk teman-teman Manajemen S1 angkatan 2011 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

15. Seluruh dosen Universitas Mercu Buana (*past, present, and future*) yang dengan tulus memberikan ilmunya kepada penulis.

16. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penelitian lanjut di masa mendatang. Korespondensi dapat ditujukan kepada penulis lewat email : tw.suryadi@yahoo.com

Jakarta, 26 Januari 2016

Tika Winarti Suryadi



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Kontribusi Penelitian .....	6
2.1 Manfaat Akademis .....	6
2.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA,	
KERANGKA KONSEPTUAL, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	8
A. Kajian Pustaka .....	8
1. Pemasaran.....	8

2.	Manajemen Pemasaran .....	9
3.	Konsep Pemasaran.....	10
4.	Bauran Pemasaran.....	11
5.	Kualitas Produk .....	14
6.	Citra Merek.....	18
a.	Pengertian Citra Merek .....	19
b.	Manfaat Citra Merek .....	25
7.	Keputusan Pembelian.....	26
a.	Pengambilan Keputusan.....	26
b.	Dimensi Pengambilan Keputusan.....	27
c.	Perspektif Pengambilan Keputusan .....	30
B.	Penelitian Terdahulu.....	31
C.	Rerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis .....	33
1.	Pengaruh Kualiats Produk terhadap Keputusan Pembelian ...	33
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	35
B.	Desain Penelitian .....	35
C.	Definisi dan Operasional Variabel .....	36
D.	Pengukuran Variabel.....	39
E.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	40
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
G.	Jenis Data Yang Diperlukan.....	43

H. Metode Analisis Data.....	43
1. Uji Kualitas Data .....	43
2. Uji Analisis Linier Berganda.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
4. Uji Hipotesis.....	47
5. Uji Ketetapan Model.....	48
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Gambaran Umum Produk .....	49
B. Statistik Deskriptif.....	50
1. Jenis Kelamin .....	50
2. Usia .....	51
3. Pendidikan Formal Terakhir.....	51
4. Pekerjaan .....	52
5. Jumlah Pengeluaran Per Bulan .....	52
C. Hasil Uji Kualitas Data .....	53
1. Hasil Uji Validitas Variabel.....	53
a. Variabel Kualitas Produk .....	53
b. Variabel Citra Merek.....	54
c. Variabel Keputusan Pembelian.....	55
2. Hasil Uji Realibilitas Variabel.....	56
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
1. Uji Asumsi Klasik.....	58
E. Pengujian Hipotesis .....	59

1. Hasil Uji Regresi Linera Berganda.....	60
2. Hasil Uji F (simultan) .....	61
3. Hasil Uji T ( <i>partial</i> ).....	62
F. Pembahasan Hasil Penelitian .....	63
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian... ....	63
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. SIMPULAN .....	65
B. SARAN .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Top Brand Award Telekomunikasi.....	4
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan Top Provider 2015 .....	5
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	38
Tabel 3.2	Pengukuran Skala Likert .....	39
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia .....	51
Tabel 4.3	Karakteristi Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responen Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran/Bulan .....	52
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	53
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (Valid Only) .....	54
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	54
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linar Berganda.....	60
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji T .....	62

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Rerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.1	Uji Normalitas Data Histogram dan Normal P-plot.....	56
Gambar 4.2	Uji Heteroskedastisitas .....	59

