

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Paket IndiHome Jakarta Timur)**

SKRIPSI



Nama : Amelia Putri

NIM : 43118010319

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Paket IndiHome Jakarta Timur)**

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Mercu

Buana Jakarta



Nama : Amelia Putri

NIM : 43118010319

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amelia Putri

NIM 43118010319

Program Studi : SI Manajemen

Dengan ini 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 tindak plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 01 November 2022



Amelia Putri

43118010319

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amelia Putri


NIM : 43118010319

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Paket
IndiHome Jakarta Timur)

Tanggal Sidang : 20 Oktober 2022

Disahkan oleh :
Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Dr. H. Shonny Indrajaya, MM.

LPTA 10221762



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.** Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan Skripsi tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara material, maupun secara dukungan non-materil, khususnya Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., Selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, dorongan, dukungan, motivasi, pengertian, dan kasih sayang serta inspirasi yang tak ternilai

harganya serta semua dukungan baik moral maupun material.

5. Seluruh teman-teman di Universitas Mercu Buana.
6. Teman seperjuangan dan sahabat saya, Mitha Febriyanti, Dila Agustin, Aprillia Ningrum, Anggita Wulansari, yang selalu memberikan pengetahuan tentang ilmu-ilmu selama duduk di bangku kuliah dan memberi dukungan tiada henti.
7. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rully Haqqi Nazilly, Ajeng Nurul Naima, Almaila khoirunisa yang sudah membantu penulis dalam melakukan kegiatan pra-survey yang disebarakan melalui google form. Serta pihak- pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan doanya selama dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga, sahabat, teman, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.
9. Bapak prof. Dr. Ir. Ngadino Surip Diposumarto, MS. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
10. Bapak dan ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmunya dan pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
11. Bapak dan ibu di bagian administrasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala administrasi selama perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang

dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 01 November 2022



Amelia Putri

NIM: 43118010319



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka.....	14
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2. Bauran Pemasaran.....	15
3. Harga.....	17

a.	Pengertian Harga.....	17
b.	Dimensi dan Indikator Harga.....	18
c.	Tujuan Penetapan Harga.....	19
d.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	20
4.	Kualitas Pelayanan.....	22
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	22
b.	Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan.....	23
c.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
5.	Citra Merek.....	28
a.	Pengertian Citra Merek.....	28
b.	Makna Merek.....	29
c.	Fungsi Merek.....	30
d.	Tujuan Pemberian Merek.....	31
e.	Syarat-syarat Memilih Merek.....	32
f.	Dimensi dan Indikator Citra Merek.....	33
6.	Keputusan Pembelian.....	33
a.	Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	34
b.	Proses Keputusan Pembelian.....	35
7.	Penelitian Terdahulu.....	38
B.	Pengembangan Hipotesis.....	43
1.	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
C.	Kerangka Pemikiran Konseptual.....	45

BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
A. Waktu dan Tempat Penelitian	46
B. Desain Penelitian.....	46
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	46
1. Definisi Variabel	47
a. Variabel Independen (Bebas).....	47
b. Variabel Dependent (Terikat)	48
2. Operasionalisasi Variabel.....	48
D. Skala Pengukuran.....	51
E. Populasi dan Sampel Penelitian	52
1. Populasi.....	52
2. Sampel.....	52
F. Metode Pengumpulan Data.....	53
1. Data primer.....	53
2. Data Sekunder	53
G. Metode Analisis Data.....	54
1. Analisis Deskriptif (Descriptive Analysis)	54
2. Analisis Partial Least Square (PLS).....	55
a. Menguji Model Pengukuran (Outer Model)	56
b. Menguji Model Struktural atau uji Hipotesis (<i>Inneer Model</i>)	58
BAB IV.....	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
B. Statistik Deskriptif	61
1. Deskripsi Responden.....	61
a. Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin.....	61
b. Deskripsi Responden berdasarkan usia	62
c. Deskripsi Responden berdasarkan pekerjaan.....	63
d. Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan	64
2. Deskripsi Variabel.....	65
a. Variabel Harga	65
b. Variabel Kualitas Pelayanan	66
c. Variabel Citra Merek.....	68
d. Variabel keputusan Pembelian.....	70
C. Hasil Uji Instrumen Penelitian	72
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	72
a. Uji Validitas	72
b. Hasil Uji Reabilitas	79
c. Uji Reabilitas.....	80
2. Pengujian Model Struktural/ Uji Hipotesis (<i>inner model</i>)	81
a. Nilai R-Square.....	81
b. <i>Pradictive relevance Q²</i>	83
c. Uji <i>Path Coefficient</i>	83
D. Pembahasan.....	86
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	86
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian.....	87

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	87
BAB V.....	89
KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1. 1	Hasil Kuesioner Pra-Survey	9
2.1	Proses Keputusan Pembelian	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	38
3.1	Operasional Variabel Harga (X1).....	48
3.2	Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	49
3.3	Operasional Variabel Citra Merek (X3).....	50
3.4	Operasional Keputusan Pembelian (Y)	51
3.5	Skala Likert.....	52
4.1	Jenis Kelamin Responden.....	61
4.2	Usia Responden	62
4.3	Pekerjaan Responden	63
4.4	Pendapatan Responden	64
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga	65
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	66
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	69
4.8	Deskripsi jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian ..	70
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	73
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity AVE</i>	75
4.11	Hasil Uji Validitas Diskriminan.	76
4.12	Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	78
4.13	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	80
4.14	Nilai R-Square	82

4.15	Hasil Uji Hipotesis.	85
------	---------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Internet di Indonesia meningkat pada masa pandemi.....	6
1.2	Data Pelanggan Provider Internet di Indonesia	6
1.3	Pendapatan Indihome Tumbuh 24,2% pada Semester I-2021	7
2.1	Model Kerangka Konseptual Penelitian	45
4.1	Hasil Uji Algoritma PLS	73
4.2	Uji <i>Fornell Larcker Criterion</i>	76
4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	84

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	97
2	Hasil Kuesioner	101
3	Hasil Output SPSS.....	125
4	<i>Outer Model & Inner Model</i>	126

