

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROVIDER AXIS**

SKRIPSI



U N I Nama : Lutfi Awaliyah Soliha
MERCU BUANA NIM : 43115010227

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROVIDER AXIS**

SKRIPSI

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



Nama : Lutfi Awaliyah Soliha

NIM : 43115010227

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lutfi Awaliyah Soliha

NIM : 43115010227

Program studi : SI 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).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 29 Februari 2020



Lutfi Awaliyah Soliha

NIM : 43115010227

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lutfi Awaliyah Soliha

Nim : 43115010227

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Brand*

Awareness Terhadap Keputusan Pembelian *Provider*

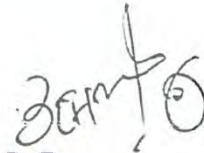
Axis

Tanggal Lulus Ujian : 19 Agustus 2020

Disahkan Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Penguji



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tafiprios, Dr., MM

Yennida Parmariza, S.Sos., MM

Tanggal : 24 oktober 2020

Tanggal : 24 oktober 2020

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi

Ekonomi dan Bisnis

S-1 Manajemen



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Dr. Daru Asih, M.Si

Tanggal : 24 oktober 2020

Tanggal : 24 oktober 2020

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian *provider* Axis. Populasi penelitian ini adalah konsumen *provider* Axis di Meruya Selatan Jakarta Barat . Penelitian ini dilakukan terhadap 180 responden. Teknik pengambilan data menggunakan metode *non probability sampling* . Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji F, uji t, koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *provider* Axis, kualitas pelayanan dan *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *provider* Axis.

Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, *brand awareness* dan keputusan pembelian



ABSTRACT

The research is to know the influence of price, service quality and brand awareness on the purchase decisions of Axis providers. Respondent in this study were Axis consumer providers in South Meruya, West Jakarta. This research was conducted on 180 respondents. Technique of taking data using non probability sampling. The analytical method used is multiple linear regression analysis, classic assumption test, F test, t test, coefficient of determination. The results of this study indicate that the price has no effect and is not significant to the Axis provider purchase decision, service quality and brand awareness have a significant effect on the Axis provider purchase decision

Keywords: price, service quality, brand awareness and purchase decision.



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian *Provider Axis*”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis 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. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr., Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Tafiprios, Dr., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat pengetahuannya, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Ibu Yennida Parmariza, S.Sos., MM selaku dosen Penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, ir., MM selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu yang bermanfaat.
8. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
9. Sahabat-sahabat Widya, Chindy, Ria, Emi, Nila Aryani, Vichranica Ramzi Fallah Amor, Febby Aldiansyah yang selalu memberikan semangat, hiburan dan saling membantu dalam penyusunan penelitian ini.
10. Andrian Utariyo yang telah memberikan perhatian dan do'a sehingga penulis menjadi lebih semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga besar penulis khususnya kedua orang tua tercinta Bapak Yasin dan Ibu Mahuyah telah memberikan dukungan dan do'a sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna 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. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat

kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya

Jakarta, 29 Februari 2020

Lutfi Awaliyah Soliha



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 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen.....	12
3. Harga	14
4. Kualitas Pelayanan.....	16
5. <i>Brand Awareness</i>	19
6. Keputusan pembelian	23
B. Pengembangan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	27

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ...	28
3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian	29
C. Penelitian Terdahulu.....	30
D. Rerangka Konseptual.....	33
E. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan tempat penelitian	34
B. Desain Penelitian.....	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	35
1. Definisi Variabel.....	35
2. Operasionalisasi Variabel.....	37
D. Populasi dan Sampel Penelitian	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
E. Metode Pengumpulan Data.....	42
F. Metode Analisis Data.....	43
1. Statistik Deskriptif	43
2. Uji Kualitas Instrumen	44
G. Uji Asumsi Klasik	45
H. Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
I. Uji Ketepatan Model.	48
J. Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Analisis Deskriptif.....	51
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	51

2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	53
3. Karakteristik Profil Responden.....	53
B. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
C. Hasil Uji Instrumen	60
a. Hasil Uji Validitas	60
b. Hasil Uji Reliabilitas	63
D. Hasil Uji Asumsi Klasik	65
1. Hasil Uji Normalitas	65
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
E. Analisis Regresi Linier Berganda	70
1. Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda.....	70
2. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²)	72
3. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	73
4. Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)	73
F. Pembahasan Hasil Penelitian	76
1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	76
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian	77
3. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. SIMPULAN	79
B. SARAN.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Hasil Pra <i>Survey</i>	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Definisi operasional Variabel Harga	37
Tabel 3.2	Definisi operasional Variabel Kualitas Pelayanan	38
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel <i>Brand Awareness</i>	39
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian <i>Provider Axis</i> ..	39
Tabel 3.5	Skala <i>Likert</i>	43
Tabel 3.6	Koefisien Korelasi Dan Taksirannya.....	48
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4	Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga	56
Tabel 4.5	Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.6	Hasil Uji Statistik Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Harga.....	61
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	62
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	67
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	68

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	72
Tabel 4.17 Hasil Uji F	73
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data <i>Top Brand Provider</i> Axis Tahun 2015-2017	3
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1 Uji Normalitas	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	86
Lampiran 2 : Karakteristik Responden	89
Lampiran 3 : Hasil Statistik Deskriptif	90
Lampiran 4 : Hasil Validitas	93
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas	98
Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik	99
Lampiran 7 : Uji Analisis Regresi Linear Berganda	100
Lampiran 8 : Tabel Distribusi Nilai	102

