

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen FastNet di Kecamatan Limo - Depok)

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Disusun Oleh :

PRAMBUDI SYAPUTRA

43112010043

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prambudi Syaputra

NIM : 43112010043

Program Studi : Manajemen S1

Meyatakan bahawa 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

Jakarta, Agustus 2017



Prambudi Syaputra

NIM : 43112010043

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

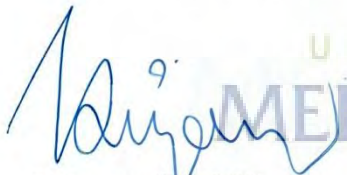
Nama : Prambudi Syaputra
NIM : 43112010043
Program Studi : Manajemen S-1
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen FastNet di Kecamatan Limo – Depok)

Tanggal Lulus Ujian: 8 Agustus 2017

Disahkan oleh:

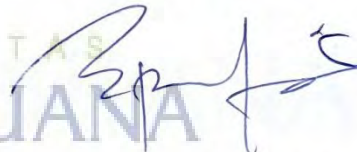
Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



Priyono, SE, ME

Tanggal: 14/08/2017

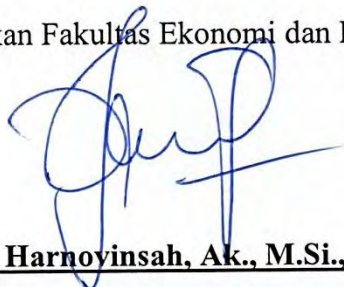


Erna S Imaningsih, SE., M.Si

Tanggal: 11/08/2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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

Tanggal: 14/08/2017



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal: 14/8/2017

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya dan para sahabatnya. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercubuana. Judul yang penulis ajukan adalah **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN FASTNET DI KECAMATAN LIMO – DEPOK)**.

Dalam proses penulisan sampai dengan terselesaikannya skripsi ini, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut, diantaranya:

1. Priyono, SE, ME, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Wiwik Utami, AK, MS., CA, selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas MercuBuana.
3. Dr. Rina Astini, SE, MM, Siselaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Seluruh dosen – dosen Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terutama dosen-dosen jurusan Manajemen, terimakasih banyak atas bantuannya selama ini dalam membina dan memberikan ilmu pengetahuannya.
5. Bapak tercinta Joko Budiwiyono, Ibu tercinta Tini Marlina serta Adik-adik saya Poppy dan Danti yang selalu memberikan kasih sayang tak ternilai dan materi serta motivasi yang tiada henti.

6. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk turut membantu kelancaran penelitian ini.
7. Teman-teman ku tercinta, DTM, Warpel, Uwakeh, Alula, Manajemen 2012 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan bantuannya dalam penyusunan penelitian ini.
8. Lukman, terima kasih telah memberikan dorongan dan motivasinya.



Jakarta, Januari 2017

Prambudi Syaputra

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Kontribusi Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	12
1. Pemasaran.....	12
a. Definisi Pemasaran	12
b. Tujuan Pemasaran	13
c. Definisi Pemasaran Jasa.....	13
2. Citra Merek.....	14
a. Pengertian Merek	14
b. Definisi Citra Merek	16
c. Dimensi Citra Merek.....	18
3. Kualitas Produk	19
a. Definisi Kualitas Produk.....	19

b. Dimensi Kualitas Produk	20
4. Persepsi Harga	21
a. Definisi Persepsi Harga.....	21
b. Faktor-faktor Dalam Menentukan Kebijakan Persepsi Harga	23
c. Metode Penetapan Harga	24
d. Alat Ukur Persepsi Harga	26
5. Keputusan pembelian	26
a. Definisi Keputusan pembelian.....	26
b. Komponen Keputusan Pembelian.....	27
c. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	29
d. Model Keputusan Pembelian	30
e. Alat Ukur Keputusan Pembelian.....	34
6. Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian	35
7. Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	35
8. Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	36
9. Penelitian Terdahulu.....	38
10. Rerangka Pemikiran Teoritis.....	41
11. Hipotesis.....	42

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	43
B. Desain penelitian	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	43
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
1. Populasi penelitian.....	50
2. Sampel Penelitian	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Jenis Data.....	52
G. Metode Analisis Data	53
1. Statistik Deskriptif.....	55
2. Uji Validitas.....	55

3. Uji Reabilitas	55
4. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolonieritas	56
c. Uji Heteroskedastisitas	57
5. Analisis regresi Linier Berganda	58
6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	58
7. Uji Signifikansi Stimulan (Uji Statistik F)	60
8. Koefisien Determinasi (R^2)	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	61
B. Karakteristik Responden	65
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	67
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	68
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berlangganan.....	69
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	70
C. Hasil Uji Validitas	70
D. Hasil Uji Reabilitas.....	71
E. Analisa Data Citra Merek,Kualitas Produk,Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian	73
1. Analisa Deskripsi Variabel Citra Merek	73
2. Analisa Deskripsi Variabel Kualitas Produk	77
3. Analisa Deskripsi Variabel Persepsi harga	81
4. Analisa Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	83
F. Hasil Uji Asumsi Klasik	86
1. Hasil Uji Normalitas	86
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	87

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	88
G. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	89
H. Hasil Uji F	91
I. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	92
J. Pembahasan	93
1. Citra merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	93
2. Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	94
3. Persepsi Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	95

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	96
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA	98
-----------------------------	----

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Award</i> Kategori Penyedia Internet	6
Tabel 1.2	Pendapatan <i>Provider</i> Internet	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Operasional Variabel Citra Merek	45
Tabel 3.2	Operasional Variabel Kualitas Produk.....	47
Tabel 3.3	Operasional Variabel Persepsi Harga	48
Tabel 3.4	Operasional Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	69
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Berlangganan	69
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berlangganan	70
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas	73
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	74
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk	78
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga	81
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	83
Tabel 4.14	Hasil Uji Asumsi Klasik	86
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolonieritas	87
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas	88
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	89
Tabel 4.18	Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi (R^2)	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Top 20 Internet Countries</i>	2
Gambar 1.2	Promosi FastNet di Bogo dan Depok.....	5
Gambar 1.3	Daftar Harga FastNet	7
Gambar 1.4	Daftar Harga Indihome	7
Gambar 2.1	Model Konseptual Pemrosesan Kognitif Informasi Harga	22
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan	31
Gambar 2.3	Rerangka Pemikiran Teoritis	41



DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan

Lampiran 1	Kuesioner	103
Lampiran 2	Data Karakteristik Responden	107
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek	110
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk	112
Lampiran 5	Hasil Kuesioner Variabel Persepsi Harga.....	115
Lampiran 6	Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	117
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Citra Merek	120
Lampiran 8	Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	121
Lampiran 9	Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Persepsi Harga	123
Lampiran 10	Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	124
Lampiran 11	Hasil Uji Normalitas	125
Lampiran 12	Hasil Uji Multikolonieritas	126
Lampiran 13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	127
Lampiran 14	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	127
Lampiran 15	Hasil Uji F.....	128
Lampiran 16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	128