

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU PRABAYAR TELKOMSEL
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Pakis)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi : Manajemen**



**Disusun oleh :
Ekki Candra Islami
20022000007**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

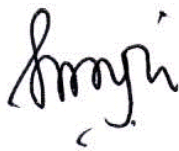
HALAMAN PERSETUJUAN SKRPSI

Nama : Ekki Candra Islami
Nomor Pokok : 20022000007
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI
TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN PAKIS)

Malang, 22 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Manajemen



Irany Windhyastiti, SE., MM

Dosen Pembimbing



Drs. Kamaluddin, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL
(STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN PAKIS)

DIPERSIAPKAN DAN DISUSUN OLEH:

EKKI CANDRA ISLAMI
20022000007

Telah dipertahankan di dewan penguji
Pada tanggal 26 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Drs. Kamaluddin, M.M

Sekretaris Penguji



Irany Windhyastiti, SE., M.M

Anggota Penguji



Dra. Christina SR, M.M

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Malang, 26 Februari 2024
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang



Prof. Dr. Fajar Supanto, M.Si.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Ekki candra Islami

Nomor Pokok : 20022000007

Program Studi : Manajemen

Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, CITRA MERK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN PAKIS)

Lokasi Penelitian : Kecamatan Pakis

Alamat Rumah Asal : Perumahan Saptoraya blok bi -10 ,Kec. Pakis, Kab.Malang

No. Telp / HP : 081310668545

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Februari 2024

Peneliti



(Ekki Candra Islami)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Ekki candra Islami
Nomor Pokok : 20022000007
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Dan Tgl.Lahir : Malang, 21 Juli 1999
Alamat : Perumahan Saptoraya blok bi -10 ,Kec. Pakis,
Kab.Malang

Nama Orang Tua (Ayah) : Winarno
(Ibu) : Retno Sari Pujirahayu

Riwayat pendidikan : 2006 – 2012 SDN Saptorenggo 4
: 2012 – 2015 SMPN 1 Pakis
: 2015 – 2018 SMKN 8 Malang
: 2020 – 2024 Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menuntun dan memberi kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PRABAYAR TELKOMSEL (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN PAKIS)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dengan penuh kesadaran penulis mengakui bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak tentu penulisan skripsi ini tidak akan berjalan semestinya. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tidak terhingga kepada orang-orang yang telah berperan sehingga terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena kami selalu diberikan kesehatan dan tanpa izin-Nya kami tidak bisa melaksanakan semua kegiatan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Prof. Dr. Fajar Supanto, selaku, SE., M.SI Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Irany Widiyastiti, SE., MM selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang dan selaku dosen wali saya yang selalu membimbing dan membantu saya selama perkuliahan.
4. Bapak Roby Nur Akbar, S.AB., M.AB selaku sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

5. Bapak Drs.Kamaluddin M.M sebagai seorang dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan juga motivasi, mendukung dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman bagi saya.
7. Kedua orang tua saya bapak winarno dan Ibu Retno sari Karena tanpa doa dan dukungan dari mereka penulis tidak akan dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
8. Salah satu anugerah tuhan yang dikirimkankan kepada saya yang selalu mensupport dan meberikan motivasi kepada saya. Terimakasih saya ucapkan kepada Ajeng sarasawati sebagai teman hidup saya.
9. Seluruh teman - teman kelas A dan keluarga besar mulia yang selalu memberi semangat serta selalu memberi bantuan.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu saran dan kritikan dari pembaca sangat penulis harapkan demi tercapainya kesempurnaan skripsi dan semoga skripsi ini bermanfaat sebagai penambahan bekal ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang membacanya.

Malang, 22 Februari 2024

Penulis



(Ekki Candra Islami)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRPSI	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Teori yang melandasi permasalahan dan hasil penelitian terdahulu	7
1. Keputusan Pembelian	7
2. Harga	12
3. Citra merek	18
4. Promosi	21
B. Pengembangan hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Definisi Operasional Variabel	34
B. Lingkup Penelitian.....	36
C. Lokasi Penelitian	36
D. Populasi dan teknik penarikan sampel	37
E. Sumber Data dan Jenis Data	42
F. Teknik Pengumpulan data	42
G. Teknik analisis data.....	42
1. Uji Asumsi Klasik.....	44
2. Regresi Linier Berganda	47
3. Rancangan Pengujian Hipotesis	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	51
A. Hasil Penelitian.....	51
1. Hasil Analisis Data	53
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.....	74
3. Pengaruh citra merk terhadap keputusan pembelian	75
4. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	78
C. Keterbatasan Penelitian.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2. Pernyataan Kuisisioner	42
Tabel 3. Distribusi responden berdasarkan usia	56
Tabel 4. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Tabel 5. Deskripsi variabel harga.....	57
Tabel 6. Deskripsi variabel citra merek	59
Tabel 7. Deskripsi variabel promosi	61
Tabel 8. Deskripsi variabel keputusan pembelian.....	64
Tabel 9. Deskripsi total variabel.....	65
Tabel 10. Uji validitas	67
Tabel 11. Hasil Uji realibilitas variabel penelitian.....	69
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinieritas.....	72
Tabel 14. Hasil uji heteroskedastisitas.....	73
Tabel 15. Analisis regresi linier berganda.....	74
Tabel 16. Uji F (Simultan).....	76
Tabel 17. Uji t (Parsial).....	77
Tabel 18. Koefisien Determinasi (R ²)	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Presentase pengguna Kartu Prabayar.....	1
---	---

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner.....	90
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	94
Lampiran 3. Output SPSS.....	98
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	104
Lampiran 5. Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	105
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiasi	106

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel pada masyarakat kecamatan Pakis. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif berupa data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebar melalui google form dan diisi oleh konsumen kartu prabayar Telkomsel di kecamatan Pakis, jumlah sampel penelitian ini adalah 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linier Berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kartu prabayar Telkomsel di kecamatan Pakis. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji instrument, Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji t dan Uji F, dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program software SPSS (versi 26.00). hasil dari penelitian ini adalah secara parsial harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. secara parsial citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Secara parsial promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Secara simultan harga, citra merek dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kartu prabayar Telkomsel di kecamatan Pakis, variabel citra merek adalah variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, citra merek, promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of price, brand image, and promotion on the purchasing decision of Telkomsel prepaid cards among the residents of Pakis sub-district. This study adopts a quantitative approach with primary data obtained through questionnaires distributed via Google Forms and filled out by Telkomsel prepaid card consumers in the Pakis sub-district, with a total sample size of 100 respondents. The research employs the Multiple Linear Regression analysis method. The population of this study consists of Telkomsel prepaid card consumers in the Pakis sub-district. Data analysis techniques include instrument testing, Classic Assumption Testing, Multiple Regression, t-test, F-test, and the Coefficient of Determination. Data processing utilizes the SPSS software (version 26.00). The findings reveal that, partially, price has a significant and positive influence on purchasing decisions. Partially, brand image has a significant and positive influence on purchasing decisions. Partially, promotion has a significant and positive influence on purchasing decisions. Simultaneously, price, brand image, and promotion collectively have a significant influence on the purchasing decision of Telkomsel prepaid cards in the Pakis sub-district, with brand image being the dominant variable influencing purchasing decisions.

Keywords: Price, brand image, promotion, purchasing decision.