

**PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PERDANA TELKOMSEL**
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Telkomsel di Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen S1

Oleh :
BAGUS RAMADHANI SASONGKO
1702010113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
TAHUN 2024**

**PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PERDANA TELKOMSEL**
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Telkomsel di Purwokerto)



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi gelar Sarjana
Manajemen**

**BAGUS RAMADHANI SASONGKO
1702010113**

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Dr. M. Agung Miftahuddin', is written over a white background.

Dr. M. Agung Miftahuddin, SE.,M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : BAGUS RAMADHANI SASONGKO
NIM : 1702010113
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL(Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Telkomsel di Purwokerto)

Telah berhasil dipertahankan didepan dewan penguji dan diterima sebagai prasyarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. M. Agung Miftahuddin, SE.,M.Si ()
Anggota 1 : Purnadi, S.E., M..Si ()
Anggota 2 : Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D ()
Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 19 Agustus 2024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi. S.E., M.Si

NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : BAGUS RAMADHANI SASONGKO
NIM : 1702010113
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya penulis dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Dengan Pernyataan ini Penulis buta dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, penulis bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 19 Agustus 20204

Yang membuat pernyataan



BAGUS RAMADHANI SASONGKO

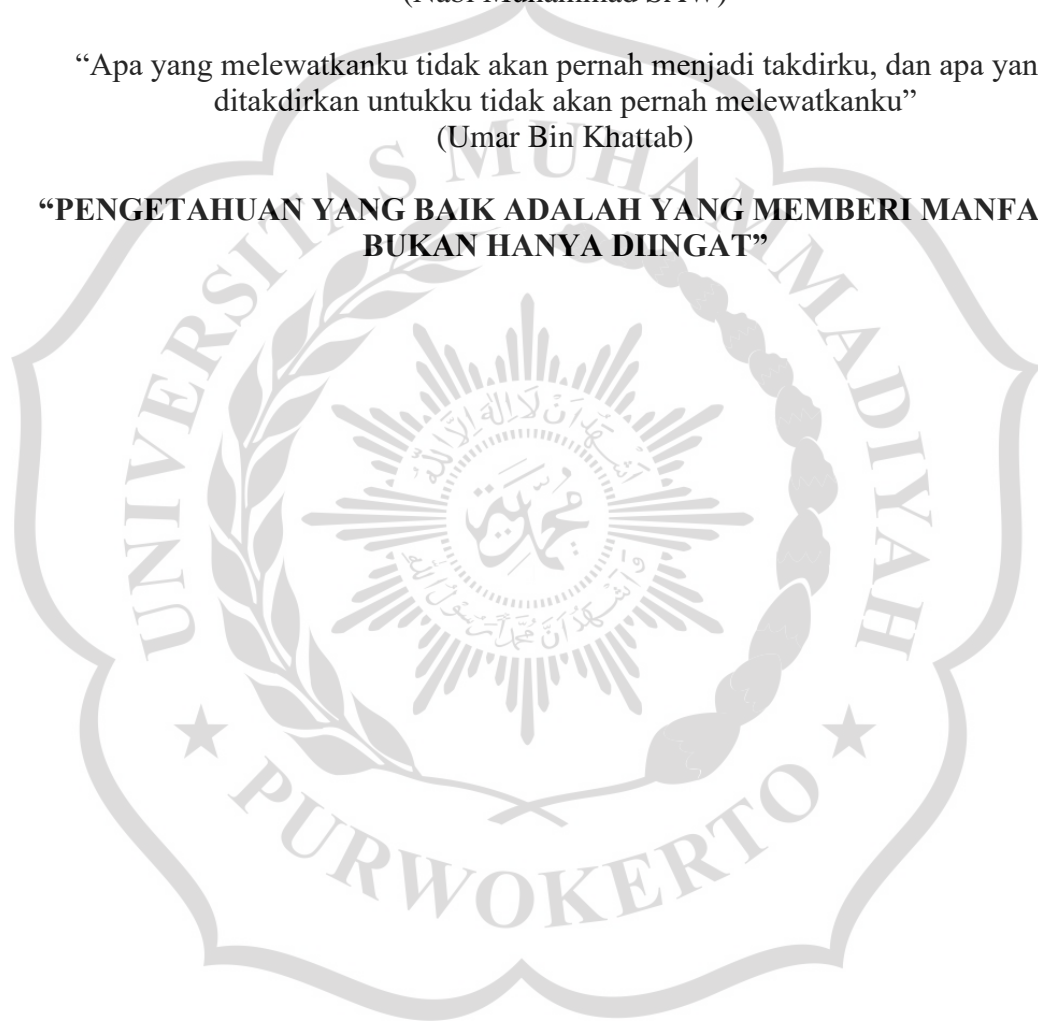
MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Ambilah Kebaikan dari Apa yang Dikatakan, Jangan Melihat Siapa yang Mengatakan”
(Nabi Muhammad SAW)

“Apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”
(Umar Bin Khattab)

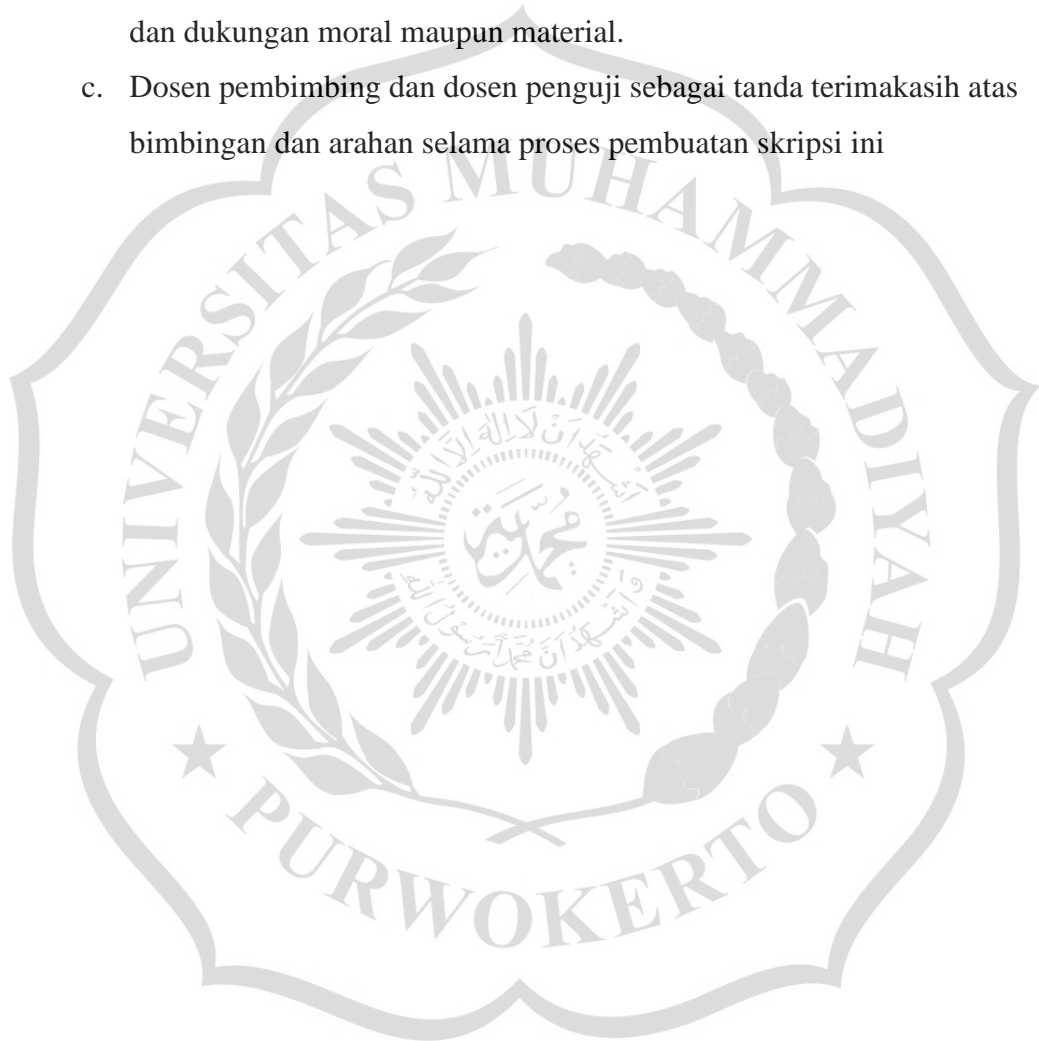
**“PENGETAHUAN YANG BAIK ADALAH YANG MEMBERI MANFAAT,
BUKAN HANYA DIINGAT”**



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- a. Allah SWT yang selalu memberikan nikmat taufik dan hidayah-Nya.
- b. Orang tua saya keluarga penulis yang tak pernah henti mengalirkan doa dan dukungan moral maupun material.
- c. Dosen pembimbing dan dosen penguji sebagai tanda terimakasih atas bimbingan dan arahan selama proses pembuatan skripsi ini



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari karena dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada terselesaikannya skripsi ini. Perjalanan yang dilalui dengan penuh perjuangan membuat penulis selalu bersyukur dan berterima kasih kepada Allah SWT atas segala proses yang telah penulis lalui selama berada di perkuliahan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Assoc. Prof. Dr. Jebul Suroso, S. Kp.,Ns. M.Kep. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Assoc. Prof. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, Ph.D selaku ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dr. M. Agung Miftahuddin, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan kritik dan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Purnadi, S.E., M.Si selaku dosen penguji 1 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.

6. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D selaku dosen penguji 2 penulis yang telah memberikan berbagai pertanyaan serta kritik dan saran untuk menguji kelayakan penulis sebagai sarjana manajemen.
7. Bapak/ibu dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan dan segala bantuan dalam bentuk fasilitas layanan yang telah diberikan.
8. Kedua orang tua penulis Bapak Priambodo Sasongko dan Ibu Lestaru Kurniawati atas segala kasih sayang yang selalu memberikan motivasi serta dukungan yang diberikan baik moral maupun materil, sehingga penulis dapat berjuang meraih mimpi dan kesuksesan serta segala hal baik lainnya demi membahagiakan kalian berdua.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata harapan penulis semoga Allah SWT membalas segala kebaikan ketulusan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi berbagai pihak.

Purwokerto, 19 Agustus 2024

Penulis,



BAGUS RAMADHANI SASONGKO

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : BAGUS RAMADHANI SASONGKO
NIM : 1702010113
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan hak bebas royalti noneklusif kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL

(Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Telkomsel di Purwokerto)

Beserta seperangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini, Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/menginformasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 19 Agustus 2024
Yang Menyatakan,



Bagus Ramadhani Sasongko

**PENGARUH HARGA, KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PERDANA TELKOMSEL**
(Studi pada Mahasiswa Pengguna Kartu Telkomsel di Purwokerto)

Bagus Ramadhani Sasongko, Agung Miftahuddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

email: bagussaongko581@gmail.com, muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah pengaruh harga, kepercayaan dan citra merek terhadap keputusan pembelian kartu perdana telkomsel (studi pada mahasiswa di Purwokerto). Sampel penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan dan melakukan pembelian kartu perdana telkomsel dengan menggunakan teknik penarikan sampel non probability sampling dan data diperoleh dari responden dengan instrument penelitian menggunakan kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari 3 perguruan tinggi yang ada di Purwokerto, setiap Perguruan Tinggi diambil 130 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Hasil uji analisis secara simultan menunjukkan bahwa Harga, kepercayaan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga secara parsial tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan citra merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian kartu Telkomsel.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, harga, citra merek, dan keputusan pembelian.*

**THE INFLUENCE OF PRICE, TRUST AND BRAND IMAGE ON CARD
PURCHASE DECISIONS
PRIME TELKOMSEL
(Study of Telkomsel Card User Students in Purwokerto)**

Bagus Ramadhani Sasongko, Agung Miftahuddin

Faculty of Economics and Business

University of Muhammadiyah Purwokerto

emal: bagussaongko581@gmail.com, muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, trust and brand image on the decision to purchase Telkomsel starter cards (study of students in Purwokerto). The sample for this research is consumers who use and purchase Telkomsel starter cards using non-probability sampling techniques and data is obtained from respondents using a research instrument using a questionnaire. The respondents in this study were students from 3 universities in Purwokerto, 130 respondents were taken from each university. The research method used in this research is a quantitative descriptive method. The results of simultaneous analysis tests show that price, trust and brand image simultaneously have a significant influence on purchasing decisions. Price partially does not have a significant negative effect on purchasing decisions. Trust partially has a significant positive effect on purchasing decisions, and brand image partially has a significant positive effect on Telkomsel card purchasing decisions.

Keywords: product quality, price, brand image, dan purchase decision

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Landasan Teori	13
1. Keputusan pembelian	13
2. Harga	17
3. Kepercayaan	19
4. Citra Merek	20
B. Hasil Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran	26
1. Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.	26
2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	28
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	29
4. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel	33
C. Jenis , Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	35
D. Variabel Penelitian	36
E. Konsep, Definisi Operasional dan Indikator	36

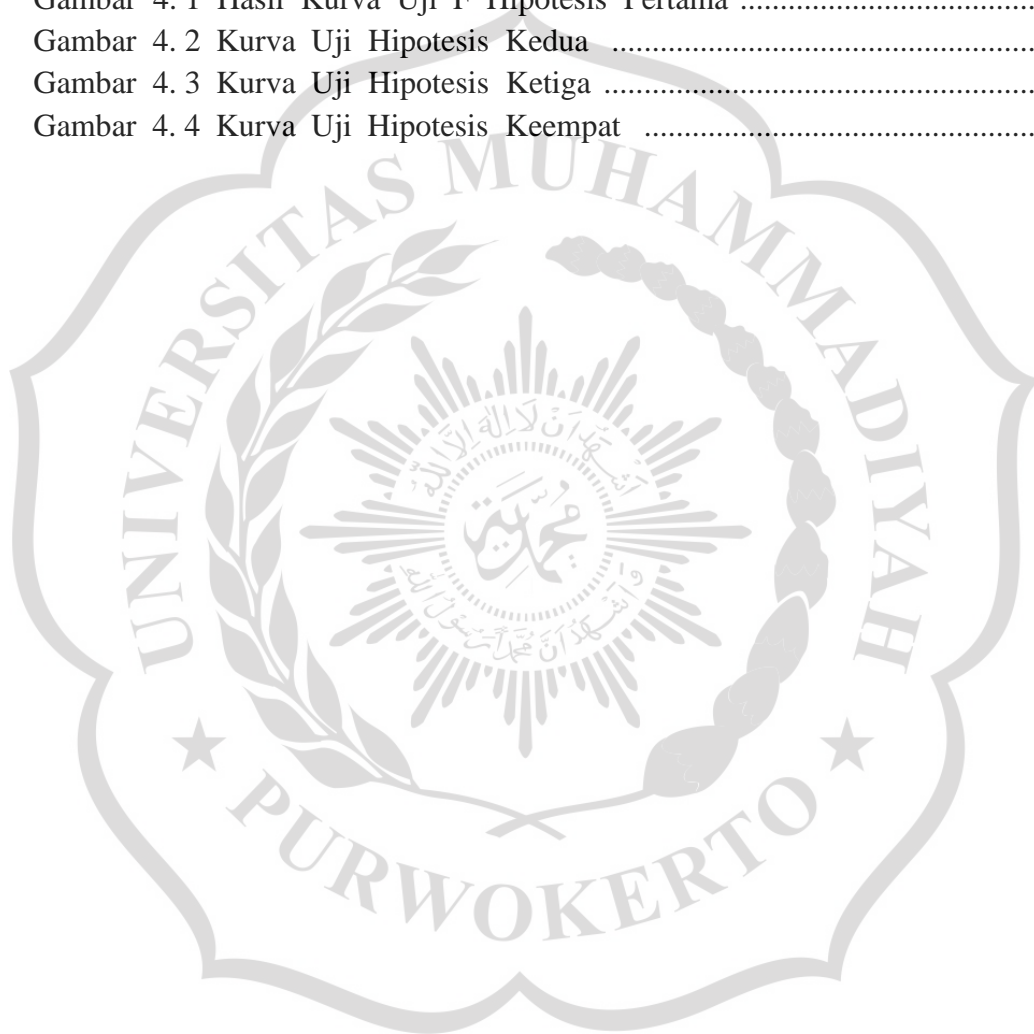
F. Metode Analisis Data	38
1. Uji Instrumen	38
2. Uji Asumsi Klasik	39
3. Uji Analisis Data	41
4. Uji Kecocokan Model	42
5. Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Telkomsel	49
B. Hasil Penelitian	51
1. Response Rate	51
2. Gambaran Umum Responden	52
3. Statistik Deskriptif Hasil Kuesioner	53
4. Uji Instrumen Penelitian	58
5. Uji Asumsi Klasik	60
6. Uji Regresi Linear Berganda	63
7. Uji Kecocokan Model	65
8. Uji Hipotesis	66
C. Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	71
D. Pembahasan	71
1. Pengaruh harga, kepercayaan dan citra merek terhadap keputusan pembeliannya	71
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	73
3. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian	74
4. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	76
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	37
Tabel 4. 1 Response Rate	52
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden	52
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga	53
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan	55
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian ...	57
Tabel 4.7 Uji Validitas	59
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.9 Uji Normalitas	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	62
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.13 Analisis Koefisien Determinasi	65
Tabel 4.14 Hasil Uji F	66
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Penelitian	30
Gambar 3. 1 Kurva Uji F	44
Gambar 3. 3 Kurva Uji hipotesis kedua	46
Gambar 3. 4 Kurva Uji hipotesis ketiga	47
Gambar 3. 5 Kurva Uji hipotesis keempat	48
Gambar 4. 1 Hasil Kurva Uji F Hipotesis Pertama	67
Gambar 4. 2 Kurva Uji Hipotesis Kedua	68
Gambar 4. 3 Kurva Uji Hipotesis Ketiga	69
Gambar 4. 4 Kurva Uji Hipotesis Keempat	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 . Kuisisioner Penelitian	85
Lampiran 2 . Data Responden Penelitian	90
Lampiran 3 . Uji Karakteristik Responden	93
Lampiran 4 . Data Hasil Kuesioner	94
Lampiran 5 . Uji Statistik Deskriptif	110
Lampiran 6 . Uji Validitas	111
Lampiran 7 . Uji Reliabilitas	113
Lampiran 8. Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran 9. Uji Regresi Linear Berganda	115
Lampiran 10. R Tabel	116
Lampiran 11. F Tabel	117
Lampiran 12. T - Tabel	118

