

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN INDIHOME PADA PT. TELKOM KOTA METRO**

SKRIPSI



**DISUSUN OLEH :
ELLY WIJAYANTI
18610037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,
PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI, TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN INDIHOME PADA PT. TELKOM KOTA METRO**

SKRIPSI

**Diajukan
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

**DISUSUN OLEH :
ELLY WIJAYANTI
18610037**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi dengan naik turunnya jumlah pelanggan IndiHome pada PT. Telkom Metro pada tahun 2017-2020. Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk IndiHome. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut memperkuat pengaruh keputusan pembelian IndiHome pada PT Telkom Metro.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer berupa wawancara dan kuisioner. Dalam penelitian ini didapatkan 92 responden dalam perhitungan penelitian ini menggunakan program SPSS 17.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 3) persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 5) secara siluman variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Indihome di PT Telkom Metro.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian.

Abstract

This research was motivated by the rise and fall of the number of IndiHome customers at PT. Telkom Metro in 2017-2020. The problem in this research is whether product quality, service quality, price perception and promotion affect IndiHome product purchasing decisions. The purpose of this study was to determine whether these variables strengthen the influence of IndiHome purchasing decisions at PT Telkom Metro.

The research method used is quantitative research using primary data in the form of interviews and questionnaires. In this study, 92 respondents were found in the calculation of this study using the SPSS 17 program.

The results of this study indicate that, 1) product quality has a positive and significant effect on IndiHome purchasing decisions, 2) service quality has no and no significant effect on IndiHome purchasing decisions, 3) price perception has a negative and insignificant effect on IndiHome purchasing decisions, 4) promotion has a positive and significant effect on IndiHome purchasing decisions, 5) simultaneously the variables of product quality, service quality, price perceptions and promotions affect Indihome purchasing decisions at PT Telkom Metro.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Price Perception, Promotion and Purchase Decision.

RINGKASAN

Elly Wijayanti, 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitass Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian IndiHome Pada PT. TELKOM Kota Metro". Proposal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suryadi, S.E., M.M. Pembimbing (2) Fitriani, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari penggunaan produk IndiHome dengan menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan *word of mouth* pada keputusan pembelian produk IndiHome. Data penelitian diuji dengan perhitungan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS(*Statistical Packages for the Social Science*)17.

Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang di angkakan, dalam penelitian ini jumlah respondennya sebanyak 92 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa, 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 2) kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 3) persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 4) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome, 5) secara silmutan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Indihome di PT Telkom Metro.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitass Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi Dan Keputusan Pembelian IndiHome

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME
PADA PT. TELKOM KOTA METRO

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan :

NAMA : ELLY WIJAYANTI
NPM : 18610037
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

H. Suryadi, S.E., M.M
NIDN. 0229115901



Pembimbing (I)

Fitriani, S.E., M.M
NIDN. 0206068604



Pembimbing (II)

Mengetahui,
Kaprodi S1 Manajemen



Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M
NIDN. 0223027901

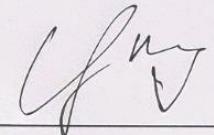
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI
SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
INDIHOME PADA PT. TELKOM KOTA METRO**

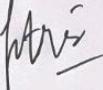
Nama : Elly Wijayanti
NPM : 18610037
Program Studi : MANAJEMEN

Telah Diujikan Dan Dinyatakan Lulus Pada
Hari : Jum'at
Tanggal : 25 Maret 2022

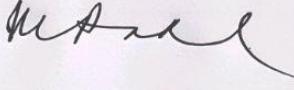
H. Suryadi, S.E., M.M
NIDN. 0229115901


Ketua Penguji

Fitriani, S.E., M.M
NIDN. 0206068604


Sekertaris

Ratmono, S.E., M.M
NIDN. 0220076001


Penguji Utama



MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa” (Ridwan Kamil)

“Jangan pernah menyerah atas impianmu. Impian memberikan tujuan hidup. Ingatlah, sukses bukan kunci kebahagiaan. Kebahagiaanlah kunci untuk sukses”
(Elly Wijayanti)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur bagi Allah SWT atas segala nikmat dan hidayah-Nya, serta Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan ini saa mempersembahkan skripsi ini untuk:

1. Teristimewa kepada kedua Orang Tua tercinta Ibu Endang Sri Lestari dan Bapak Rohadi yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya serta doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kakak tersayang Edy Wibowo yang selalu memberikan motivasi dan kepada saya.
3. Dosen pembimbing yang selalu sabar dan memberikan masukan dalam mengerjakan skripsi Bapak H.Suryadi, S.E., M.M. dan Ibu Fitriani, S.E., M.M.
4. Sahabat saya Alicia Moniq Stellata yang sudah menjadi patner selama 4 tahun dari awal yang kuliah sampai menyelesaikan skripsi.
5. Teman seangkatan Manajemen A angkatan 2018 yang sudah memberikan semangat.
6. Almamater tercinta yang telah berhasil membentuk salah satu mahasiswanya menjadi seseorang yang berharga melalui pengalaman luar biasa.
7. Dan yang terakhir ku persembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri yang sudah berjuang selama 4 tahun dan mengerjakan skripsi dengan penuh rasa sabar, melawan rasa malas dan rasa takut sampai detik ini dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elly Wijayanti
NPM : 18610037
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME PADA PT.TELKOM KOTA METRO". Adalah hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali saya secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan di sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar literatur.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sangsi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Maret 2022

Yang membuat pernyataan



Elly Wijayanti
NPM. 18610037

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah memberikan rahmat-Nya serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian IndiHome Pada PT.Telkom Kota Metro”.

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghantarkan terimakasih bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun bantuan materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan ini hingga selesai, terutama kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, anugerah, kemudahan dan kebaikannya yang begitu besar kepada penulis.
2. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Bapak H. Suwarto, S.E., M.M. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Bapak Drs. H. Febriyanto, S.E., M.M. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Bapak H. Suryadi, S.E., M.M. dan Ibu Fitriani, S.E., M.M. Dosen Pembimbing I dan II skripsi saya yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ratmono, S.E., M.M. Selaku dosen penguji skripsi yang sudah membimbing dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak/ Ibu dosen dan staff di lingkungan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membantu saya dalam proses yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini.
8. Bapak Agung Rahmat Zulkarnain. Selaku Kandatel Telkom Metro yang sudah mengizinkan untuk melakukan penelitian.

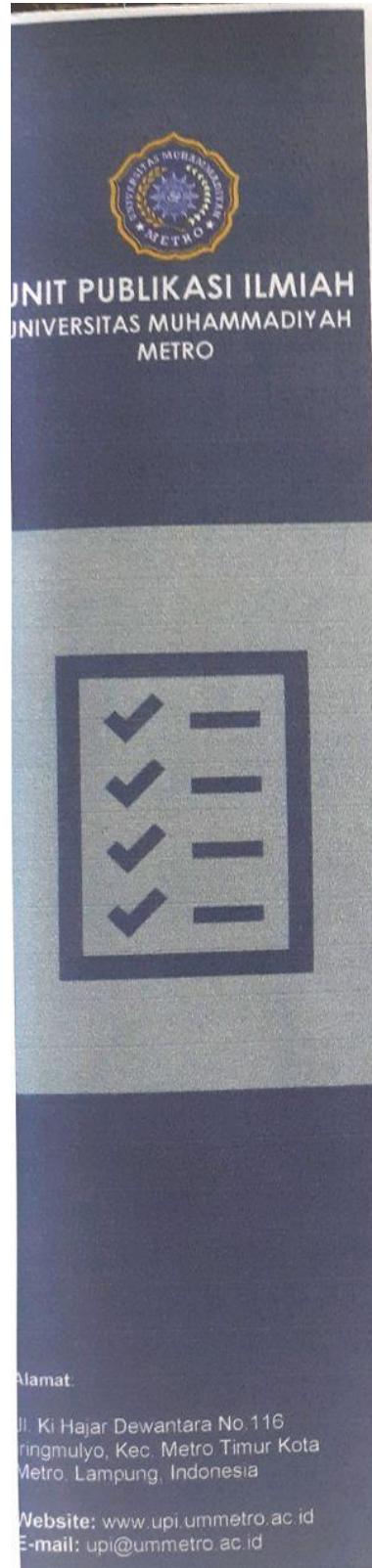
-
9. Kepada Ibu dan Bapak yang selalu ada. Memberikan motivasi dan pengorbanannya yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
 10. Terimakasih juga kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini belum bisa disebutkan satu persatu.

Ahir kata saya selaku penulis mengucapkan banyak terimakasih dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat menjadi referensi dalam khasanah keilmuan.

Metro, Maret 2022



Elly Wijayanti
NPM. 18610037



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 2645/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ELLY WIJAYANTI
NPM : 18610037
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INDIHOME PADA PT TELKOM KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi Turnitin. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
RINGKASAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	viii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN	xi
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	xii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>)	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Perumusan Masalah	4
1. Identifikasi Masalah	4
2. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	5
F. Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	8
A. Deskripsi Teori	8
1. Manajemen Pemasaran	8
2. Kualitas Produk	9
3. Kualitas Pelayanan	11
4. Persepsi Harga	13
5. Promosi	15
6. Keputusan Pembelian	17
B. Hasil Penelitian Relvan	19
C. Kerangka Pemikir	20
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
A. Jenis Penelitian	23
B. Obyek Dan Lokasi Penelitian	23
C. Metode Penelitian	23
1. Operasioonal Variabel	23
D. Populasi Dan Sampel	26
1. Populasi	26

2. Sampel	26
E. Teknik Pengumpulan Data	27
1. Wawancara	27
2. Kuisioner	28
F. Pengujian Persyaratan Instrumen	28
1. Uji Validitas	28
2. Uji Reabilitas	29
G. Pengujian Persyaratan Analisis	30
1. Uji Normalitas	30
2. Uji Linieritas	30
3. Uji Homogenitas	30
4. Analisis Regresi Linier Berganda	31
H. Pengujian Hipotesis	31
1. Uji Parsial (Uji-t)	31
2. Uji Silmutan (Uji-F)	32
3. Koefisien Determinasi (R ²)	32
I. Hipotesis Statistik	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
1. Sejarah Singkat PT.Telkom Kota Metro.....	34
2. Visi dan Misi PT.Telkom Metro.....	34
3. Struktur Organisasi	35
4. Logo Perusahaan.....	37
B. Hasil Penelitian	38
1. Uji Kualitas Data.....	38
a. Uji Validitas	38
b. Uji Reabilitas	42
c. Uji Normalitas	42
d. Uji Linieritas.....	43
e. Uji Homogenitas	45
2. Deskripsi Data Hasil Kuisioner	47
3. Uji Persamaan.....	54
a. Model Regresi Linier Berganda	54
4. Uji Hipotesis	55
a. Uji Parsial (Uji T)	55
b. Uji Silmutan (Uji F)	57
c. Koefisien Determinasi (R ²).....	57
5. Hipotesis Statistik	58
C. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	64

**DAFTAR LITERATUR
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbandingan Produk, Layanan dan Harga Provider di Indonesia 2021	1
2. Data Penjualan IndiHome Tahun 2017-2020 di PT. Telkom Metro.....	3
3. Hasil Penelitian Relvan	19
4. Kisi-Kisi Kuisioner	26
5. Jumlah Pelanggan IndiHome Wilayah Metro.....	27
6. Skala Likret Untuk Pertanyaan Positif dan Negatif	28
7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	38
8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	39
9. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga (X_3)	40
10. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X_4)	40
11. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	41
12. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	42
13. Hasil Uji Normalitas.....	43
14. Hasil Uji Linieritas X_1 Terhadap Y	43
15. Hasil Uji Linieritas X_2 Terhadap Y	44
16. Hasil Uji Linieritas X_3 Terhadap Y.	44
17. Hasil Uji Linieritas X_4 Terhadap Y.	45
18. Hasil Uji Homogenitas Variabel X_1 Terhadap Y.....	45
19. Hasil Uji Homogenitas Variabel X_2 Terhadap Y.....	46
20. Hasil Uji Homogenitas Variabel X_3 Terhadap Y	46
21. Hasil Uji Homogenitas Variabel X_4 Terhadap Y.....	46
22. Interval Uji Coba Variabel Kualitas Produk (X_1).....	47
23. Interval Uji Coba Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)	49
24. Interval Uji Coba Variabel Persepsi Harga (X_3)	50
25. Interval Uji Coba Variabel Promosi (X_4).....	52
26. Interval Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
27. Hasil Model Regresi Linier Berganda	54
28. Hasil Uji T.	55
29. Hasil Uji F.	57
30. Hasil Uji R2.....	58
31. Hasil Hipotesis Statistik X_1 Terhadap Y.....	58
32. Hasil Hipotesis Statistik X_2 Terhadap Y	59
33. Hasil Hipotesis Statistik X_3 Terhadap Y	59

34. Hasil Hipotesis Statistik X_3 Terhadap Y.....	59
35. Hasil Hipotesis Statistik X_4 Terhadap Y	59
36. Hasil Pengujian Hipotesis Statistik Secara Silmutan	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikir	22
2. Struktur Organisasi PT.Telkom Metro	36
3. Logo PT.Teklkomunikasi Indonesia	37
4. Diagram Kualitas Produk (X_1)	48
5. Diagram Kualitas Pelayanan (X_2)	49
6. Diagram Persepsi Harga (X_3).....	51
7. Diagram Promosi (X_4)	52
8. Diagram Promosi (X_4)	53
9.	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuisioner Penelitian	68
2. Data Skor Jawaban Kuisioner Variabel X1	75
3. Data Skor Jawaban Kuisioner Variabel X2	77
4. Data Skor Jawaban Kuisioner Variabel X3	79
5. Data Skor Jawaban Kuisioner Variabel X4	81
6. Data Skor Jawaban Kuisioner Variabel Y	83
7. Data Matang Total Skor Jawaban Kuisioner	85
8. Uji Validitas	87
9. Uji Reabilitas	91
10. Uji Normalitas	92
11. Deskripsi Data Hasil Kuisioner	93
12. Uji Linieritas	95
13. Uji Homogenitas	97
14. Uji Persamaan	98
15. Tabel R	100
16. Tabel T	101
17. Tabel F	104