

**PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE* DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PADA PT TELKOM WITEL METRO**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

ALI RAHMAT BIRLIANTO

NPM.16610134

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

2021



**PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE* DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PADA PT TELKOM WITEL METRO**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

ALI RAHMAT BIRLIANTO

NPM.16610134

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

2021

**PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE* DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PADA PT TELKOM WITEL METRO**

Ali Rahmat Birlianto ,H. Suwarta², S.E M.M, Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy
NPM.16610134

ABSTRAK

Ali Rahmat Birlianto Pengaruh *Price, Brand Image* Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Pt Telkom Witel Metro. Pembimbing (1) H. Suwarta, S.E M.M (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

Perkembangan dan persaingan teknologi yang kian pesat saat ini menuntut setiap perusahaan untuk melakukan inovasi demi eksistensi perusahaannya. Adanya inovasi pada perusahaan membuat perusahaan dapat semakin berkembang dan dapat bersaing di pasar. Perkembangan teknologi dan informasi semakin tinggi dan kompleks. Salah satu produk yang mengalami perkembangan cukup pesat adalah produk layanan televisi berbayar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui pengaruh *Price* terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro. 2) Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro 3) Untuk mengetahui pengaruh pelayanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro. 4) Untuk mengetahui pengaruh harga, *brand image* dan pelayanan konsumen terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome dari PT. Telkom Witel Metro. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang menggunakan produk telkom Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Price* terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome. 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, *brand image* dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan produk Indihome.

Kata Kunci : *Price, Brand Image, Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan*

INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND SERVICE ON INDIHOME CUSTOMER SATISFACTION AT PT TELKOM WITEL METRO

By

Ali Rahmat Birlianto ,H. Suwarta², S.E M.M, Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy

NPM.16610134

ABSTRACT

Ali Rahmat Birlianto The Influence of Price, Brand Image And Service On Indihome Customer Satisfaction At Pt Telkom Witel Metro. Supervisor (1) H. Suwarta, S.E M.M (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

Today's increasingly rapid technological development and competition requires every company to innovate for the sake of its company's existence. The existence of innovation in the company makes the company can grow and be able to compete in the market. The development of technology and information is getting higher and more complex. One of the products that has developed quite rapidly is pay television service products.

This study aims to determine 1) To determine the effect of Price on customer satisfaction of Indihome products from PT. Telkom Witel Metro.2) To determine the effect of brand image on customer satisfaction of Indihome products from PT. Telkom Witel Metro 3) To determine the effect of customer service on customer satisfaction of Indihome products from PT. Telkom Witel Metro. 4) To determine the effect of price, brand image and customer service on customer satisfaction of Indihome products from PT. Telkom Witel Metro. The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire or questionnaire instrument. In this study, the population is consumers who use telkom products. The sampling technique uses accidental sampling with a total sample of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire with a Likert scale.

The results showed that 1) there was a positive and significant influence between Price on Indihome product customer satisfaction 2) there was a positive and significant influence between brand image on Indihome product customer satisfaction. 3) there is a positive and significant influence between service on customer satisfaction for Indihome products. 4) there is a positive and significant influence between price, brand image and service on customer satisfaction of Indihome products.

Keywords: Price, Brand Image, Service and Customer Satisfaction

Setifikat plagiat



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 2456/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ALI RAHMAT BIRLIANTO
NPM : 16610134
Jenis Dokumen : SKRIPSI

JUDUL:

PENGARUH PRICE, BRAND IMAGE DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT TELKOM WITEL 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 kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 26 Agustus 2021
Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

ar Dewantara No.116 Iringmulyo,
ro Timur Kota Metro. Lampung,
e

www.upi.ummetro.ac.id
pi@ummetro.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI
SKRIPSI
PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE* DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PADA PT TELKOM WITEL METRO

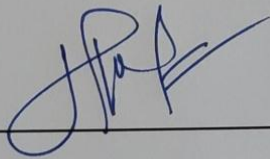
ALI RAHMAT BIRLIANTO
16610134

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Rabu
Tanggal : 18 Agustus 2021
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,

H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801



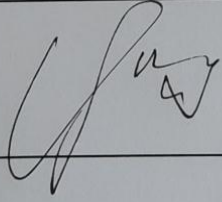
Ketua Penguji

Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.
NIDN. 0230011983



Sekretaris

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



Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan,



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 021003680

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *PRICE, BRAND IMAGE* DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME
PADA PT TELKOM WITEL METRO

ALI RAHMAT BIRLIANTO

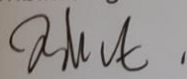
NPM.16610134

Dosen pembimbing I



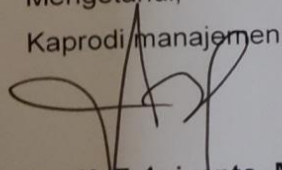
H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Dosen pembimbing II.



Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.
NIDN. 0230011983

Mengetahui,
Kaprodin manajemen



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

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ali Rahmat Birlianto

NPM : 16610134

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Price, Brand Image* Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Pt Telkom Witel Metro ” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 26 Agustus 2021

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the number '10000' and the text 'REPUBLIK INDONESIA' and 'SERBUK BILU RUPIAH'. The signature is stylized and extends across the stamp.

Ali Rahmat Birlianto
NPM. 16610134

MOTTO

“pengahalang terbesar untuk meraih kesuksesan adalah ketakutan untuk menghadapi kegagalan”

(Merry riana)

“hidulah dengan rendah hari, tidak peduli seberapa kekayaanmu!”

(ali bin abi thalib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu (Bapak Raswan dan Ibu Tugiah) tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan tak henti-henti memberikan dukungan, serta senantiasa berdo'a untuk keberhasilan serta segala yang terbaik untuk penulis, terimakasih atas segala doa kalian yang tulus, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
2. kakak tersayang (hirlianah Birlianti), serta keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran tuhan yang maha esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi “**PENGARUH PRICE, BRAND IMAGE DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME PADA PT TELKOM WITEL METRO**”.

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Dan sebagai pembimbing I yang telah meluangkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
3. Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy. sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Ratmono, S.E.,M.M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
5. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro.
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
7. Para rekan-rekan seperjuangan khususnya kelas Manajemen C angkatan 2016 yang telah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliahku.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK).....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	viii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	ix
MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	Xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	5
1. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Ruang lingkup.....	7
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2. Pengetian <i>price</i> (X1).	14
3. Pengertian <i>brand image</i> (X2).	19
4. Pengertian pelayanan (X3).....	20
5. Pengertian Kepuasan Konsumen (Y).	23
B. Hasil Penelitian Relevan	27
C. Kerangka Pemikiran.....	32
D. Hipotesis Penelitian	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	36
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	36
C. Metode Penelitian	36
1. Operasional Variabel.....	36
D. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
E. Sumber Data	41
1. Sumber Data Primer	41
2. Sumber Data Sekunder.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Dokumentasi.....	41
2. Observasi.....	41
3. Wawancara.....	42
4. Quisioner	42
5. Kepustakaan.....	42
G. Teknik Analisis Data	43
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	43
a. Uji Validitas	43
b. Uji reliabilitas	43
2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Linearitas	44
c. Uji homogenitas	45
3. Uji Persamaan	45
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
4. Pengujian Hipotesis	45
a. Uji t.....	45
b. Uji F	46
c. Uji R ² Determinasi	46
d. Hipotesis statistik	47

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
1. Sejarah singkat perusahaan.....	48

2. Visi dan misi	49
3. Struktur perusahaan.....	50
4. Deskripsi organisasi.....	51
B. Hasil Penelitian	53
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	53
a. Uji validitas.....	53
b. Uji reliabilitas.....	53
2. Frekuensi data kuisioner	54
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	62
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Lineritas	63
c. Uji homogenitas	64
4. Uji Persamaan	65
a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	66
5. Pengujian Hipotesis	67
a. Uji Parsial (Uji T)	67
b. Uji Signifikasi (Uji F)	68
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	69
d. Hipotesis Statistik.....	70
C. Pembahasan	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data pra survei.....	2
Tabel 2 Hasil Penelitian Relevan	30
Tabel 3 Definisi Operasional Kisi-kisi Kuesioner Variabel	34
Tabel 4 Data konsumen	43
Tabel 5 Jawaban Skala Likert	45
Tabel 6 distribusi frekuensi data price (x1).....	55
Tabel 7 distribusi frekuensi data brand image (x2).....	57
Tabel 8 distribusi frekuensi data pelayanan (x3)	59
Tabel 9 distribusi frekuensi data kepuasan pelanggan (x1).....	61
Tabel 10 Hasil uji normalitas	62
Tabel 11 rekap Hasil uji normalitas	63
Tabel 12 Hasil uji linieritas price dan kepuasan pelanggan	63
Tabel 13 Hasil Uji Linearitas brand image dan kepuasan pelanggan	64
Tabel 14 Hasil Uji Linearitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	64
Tabel 15 uji homogenitas price dan kepuasan pelanggan.....	65
Tabel 16 uji homogenitas brand image dan kepuasan pelanggan.....	65
Tabel 17 uji homogenitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.....	66
Tabel 18 Uji Regresi Linear Berganda	66
Tabel 19 Hasil Pengujian bersama-sama (Uji F).....	69
Tabel 20 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R ²)	69
Tabel 21 Hasil Uji Hipotesis price dan kepuasan pelanggan.....	70
Tabel 22 Uji Hipotesis brand image dan kepuasan pelanggan.....	70
Tabel 23 Uji Hipotesis pelayanan dan kepuasan pelanggan	71
Tabel 24 Uji Hipotesis price, brand image, pelayanan dan kepuasan pelanggan	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka pemikiran	34
Gambar 2 struktur organisasi.....	51
Gambar 3 Histogram Skor Variabel Price	56
Gambar 4 Histogram Skor Variabel brand image.....	58
Gambar 5 Histogram Skor Variabel pelayanan	61
Gambar 6 Histogram Skor Variabel kepuasan pelanggan.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	78
Lampiran 2. Tabulasi Skor Hasil Kuesioner	86
Lampiran 3. Uji Validitas dan reliabilitas	102
Lampiran 4. Persyaratan analisis	112
Lampiran 5. Distribusi frekuensi kuisisioner.....	115
Lampiran 6. Uji Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 7. Uji hipotesis.....	124
Lampiran 8 Uji hipotesis statistik.....	125
Lampiran 9 Tabel r	126
Lampiran 10 Tabel t.....	128
Lampiran 11. Tabel f.....	131
Lampiran 13. Tabel lineritas.....	134