

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL AXIATA  
DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**EGGY TIONANDA KISTIAN PUTRA**  
**18012010024/FEB/EM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2022**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL AXIATA  
DI KOTA SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

EGGY TIONANDA KISTIAN PUTRA  
18012010024/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL AXIATA  
DI KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**EGGY TIONANDA KISTIAN PUTRA**

**18012010024/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi**

**Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan**

**Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Pada Tanggal : 16 Desember 2022**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.**

**NIP. 196206161989032001**

**Pembimbing Utama**

**Drs. Ec. Herv Padjoprastyono, M.M.**

**NIP. 196203181988031002**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

**Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T.**

**NIP. 195908281990031001**



## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eggy Tionanda Kistian Putra

NPM : 18012010024

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL AXIATA DI KOTA  
SURABAYA**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 16 Desember 2022

Yang Menyatakan



Eggy Tionanda Kistian Putra

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan kelimpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet XL Axiata di Kota Surabaya” dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini guna memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) bagi mahasiswa program S-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga mendapat bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. Selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing utama penulis untuk penyusunan skripsi.

5. Seluruh Dosen dan Staff Jurusan Manajemen, yang telah memberikan ilmu pengajaran serta berbagai bantuan selama penulis masih duduk dibangku perkuliahan.
6. Mama dan Ayah, yang selalu ada dan memberikan serta memfasilitasi berbagai kebutuhan hingga saat ini.
7. Kakak tercinta, Reyzal Firmansyah Putra yang senantiasa memberikan motivasi dan bantuan kepada saya hingga saat ini.
8. Keluarga Marijadi, yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan, sehingga saya dapat menyelesaikan studi S-1.
9. Teman seperjuangan kuliah, Bima, Rizal, Mella, Oudre yang selalu berjuang bersama sama untuk mencapai gelar sarjana.
10. Diri saya sendiri, karena telah mau dan mampu menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak dihadapkan dengan berbagai macam hambatan.
11. Seluruh pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi penelitian ini sangat diharapkan. Besar harapan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain.

Sidoarjo, 17 Desember 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Pemasaran .....	13
2.2.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.2.4 Persepsi Harga .....	17
2.2.5 Kualitas Produk .....	21
2.2.6 Keputusan Pembelian .....	26
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	31
2.3.1 Hubungan antara Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian .....	31
2.3.2 Hubungan antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian .....	32
2.4 Kerangka Konseptual .....	33
2.5 Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	34
3.1.1 Definisi Operasional .....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	38

3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	39
3.2.1 Populasi .....	39
3.2.2 Sampel .....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.3.1 Jenis Data.....	41
3.3.2 Sumber Data .....	41
3.3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
3.4.1 Uji Validitas.....	42
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	42
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	43
3.5.1 Teknik Analisis Data .....	43
3.5.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	44
3.5.3 Cara Kerja PLS .....	46
3.5.4 Langkah-langkah PLS .....	46
3.5.5 Asumsi PLS .....	52
3.5.6 Ukuran Sampel .....	53
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
4.1.1 Sejarah Umum PT. XL Axiata Tbk .....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	56
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	56
4.2.2 Deskripsi Variabel .....	57
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data.....	63
4.3.1 Evaluasi Outlier .....	63
4.3.2 Interpretasi Hasil Olah Data PLS .....	64
4.4 Pembahasan .....	74
4.4.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	74
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	75



<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Summary Table of The nPerf Barometer 2020 Mobile Data Connections in Indonesia .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	33
Gambar 3.1 Model Indikator Reflektif (Principal Factor Reflective Model) .	45
Gambar 3.2 Model Diagram Jalur.....	48
Gambar 4.1 Logo XL Axiata .....	55
Gambar 4.2 Outer Model dengan <i>factor loading</i> , <i>Path Coefficient</i> , dan <i>R-Square</i> .....	70
Gambar 4.3 Inner Model dengan nilai signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> ..	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Top Brand Index Simcard Prabayar 2018-2021 .....	2
Tabel 1.2 Daftar Harga Paket Internet .....	4
Tabel 3.1 Bobot Skala Pengukuran .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	57
Tabel 4.2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Harga.....	58
Tabel 4.3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk...	59
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 4.5 Residual Statistics .....	63
Tabel 4.6 Outer Loadings.....	65
Tabel 4.7 Cross Loading .....	66
Tabel 4.8 Average Variance Extracted (AVE) .....	67
Tabel 4.9 Composite Reliability .....	68
Tabel 4.10 Latent Variable Correlations.....	69
Tabel 4.11 R-Square.....	71
Tabel 4.12 Path Coefficients .....	72

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET XL AXIATA  
DI KOTA SURABAYA**

**Oleh:**

**EGGY TIONANDA KISTIAN PUTRA  
18012010024/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket internet XL Axiata di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini yaitu warga Surabaya yang menggunakan paket internet XL Axiata yang tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya.

Pengambilan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*, sehingga 60 pengguna internet XL Axiata di Kota Surabaya ditetapkan sebagai responden penelitian. Pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner melalui Google Form kepada responden dengan skala ordinal melalui skala likert dari rentang skor 1 sampai 5. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik analisis data *Partial Least Square (PLS)* dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji struktural model dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian paket internet XL Axiata di Kota Surabaya.

**Kata Kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian**