

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3
PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR

SKRIPSI



OLEH:

RIXY ANDRIAN VIDIANTO
18012010151/FEB/EM

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

2022

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3
PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh:

RIXY ANDRIAN VIDIANTO
18012010151/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2022

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3
PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR**

Yang Diajukan:

RIXY ANDRIAN VIDIANTO
18012010151/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal: 4 Juli 2022**

**Koordinator Program Studi
Manajemen**

Sulastri Irbayuni, SE., MM.
NIP. 196206161989032001

Dosen Pembimbing

Ugy Soebiantoro, SE., MM.
NIP. 196708182021211001

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur**

Prof. Dr. Syamsul Huda, S.E., M.T
NIP. 195908281990031001

SKRIPSI

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3
PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR

Yang Diajukan:

RIXY ANDRIAN VIDIANTO
18012010151/FEB/EM

Disetujui Untuk Ujian Skripsi Oleh:

Dosen Pembimbing

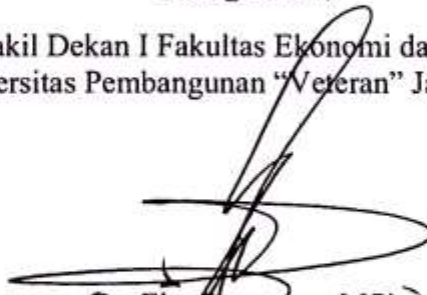


Ugy Soebiantoro, S.E.,M.M
NIP. 196708182021211001

Tanggal :

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur



Dr. Eko Purwanto, MSi.
NIP. 195903291987031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Rixy Andrian Vidiyanto

NPM : 18012010151

Program Studi : Manajemen

Menyataka bahwa SKRIPSI yang berjudul.

"PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3 PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR"

Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Surabaya, 11 Juli 2022

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Ugy Soeblantoro, SE. MM.
NIP. 196708182021211001



Matsiwaga
METERAL
TEMPER
47423A X410710670
Rixy Andrian Vidiyanto
NPM/18012010151

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmatnya yang telah memberikan kelancaran dan keberkahan pada penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini adalah hasil dari penelitian pada produk IM3 by Indosat yang dilakukan di Kota Tuban Jawa Timur. Hal ini sebagai bentuk pemenuhan persyaratan memperoleh gelar Strata 1 (satu) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang berjudul “PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3 PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR”

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah dibantu oleh beberapa pihak yang telah memberikan semangat, waktu, motivasi, saran, bimbingan, serta bantuan moril sebagai pendukung kesuksesan bagi penulis. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

- 1 Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, serta kelancaran sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
- 2 Orang tua tercinta dan tersayang yang telah memberikan bantuan do'a sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan selalu diberikan keberkahan dalam pengerjaannya.

- 3 Nadhila Putri Ghaisani yang telah mendorong dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi.
- 4 NamNi Family yang telah memberikan bantuan dan semangat untuk terus berjuang agar berkembang bersama sehingga menjadi pribadi yang baik untuk masa depan.
- 5 Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- 6 Dr. Drs. Ec Syamsul Huda, MT. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
- 7 Sulastri Irbayuni, SE., MM. selaku Koordinator Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- 8 Ugy Soebiantoro, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah telah memberikan waktu untuk membimbing, memberikan pengarahan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu.
- 9 Mei Retno Adiwati, Dra., Ec., MSi. selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan selama masa perkuliahan.
- 10 Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.
- 11 Diri sendiri yang telah mampu berjuang, menyelesaikan, dan melawan kemalasan dalam pengerjaan skripsi serta semangat untuk berjuang menuju kesuksesan di masa mendatang.

Terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Peneliti menyadari bahwa penelitian skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk dapat memotivasi dan memberikan pembelajaran bagi peneliti agar menjadi lebih baik serta bermanfaat dalam penelitian selanjutnya.

Surabaya, 21 April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH	12
1.3 TUJUAN PENELITIAN	12
1.4 MANFAAT PENELITIAN	13
1.4.1 <i>Secara akademis</i>	13
1.4.2 <i>Secara praktisi</i>	13
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	15
2.2 LANDASAN TEORI	20
2.2.1 <i>Pengertian Manajemen</i>	20
2.2.2 <i>Pengertian Manajemen Pemasaran</i>	22
2.2.3 <i>Pengertian Pemasaran</i>	24
2.2.4 <i>Brand Image (Citra Merek)</i>	26
2.2.5 <i>Kualitas Produk</i>	31
2.2.6 <i>Promosi</i>	34
2.2.7 <i>Keputusan Pembelian</i>	37
2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL.....	43
2.3.1 <i>Hubungan Brand Image dengan Keputusan Pembelian</i>	43
2.3.2 <i>Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian</i>	44
2.3.3 <i>Hubungan Promosi dengan Keputusan Pembelian</i>	45
2.4 KERANGKA KONSEPTUAL	46
2.5 HIPOTESIS.....	46
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	47
3.1.1 <i>Variabel Terikat (Dependent Variable)</i>	47
3.1.2 <i>Variable Bebas</i>	48
3.2 TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL.....	50
3.2.1 <i>Skala Ukur Variabel</i>	50
3.2.2 <i>Populasi</i>	51
3.2.3 <i>Sampel</i>	51
3.3 JENIS PENGUMPULAN DATA	53
3.3.1 <i>Jenis dan Sumber Data</i>	53
3.3.2 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	53
3.4 TEKNIK ANALISIS DAN UJI HIPOTESIS	54
3.4.1 <i>Teknik Analisis</i>	54
BAB IV.....	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63

4.1	DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	63
4.2	DESKRIPSI HASIL PENELITIAN	65
4.2.1	<i>Analisis Karakteristik Responden</i>	65
4.3	DESKRIPSI VARIABEL.....	66
4.3.1	<i>Deskripsi Variabel Brand Image</i>	66
4.3.2	<i>Deskripsi Variabel Kualitas Produk</i>	68
4.3.3	<i>Deskripsi Variabel Promosi</i>	69
4.3.4	<i>Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian</i>	70
4.4	DESKRIPSI HASIL ANALISIS DATA	71
4.4.1	<i>Evaluasi Outlier</i>	71
4.4.2	<i>Interpretasi Hasil PLS</i>	73
4.4.2.1	<i>Pengujian Model Pengukuran dan Validitas Indikator (Outer Model)</i>	73
4.4.2.2	<i>Analisis Model PLS</i>	80
4.4.2.3	<i>Inner Model (Pengujian Model Struktural)</i>	80
4.4.2.4	<i>Pengujian Hipotesis</i>	82
4.5	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	84
4.5.1	<i>Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian</i>	84
4.5.2	<i>Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian</i>	85
4.5.3	<i>Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian</i>	86
BAB V	88
KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1	KESIMPULAN	88
5.2	SARAN	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	3
Gambar 1.2.....	4
Gambar 3.1.....	65
Gambar 4.1.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	6
Tabel 1.2	8
Tabel 1.3	9
Tabel 3.1	57
Tabel 3.2	67
Tabel 4.1	73
Tabel 4.2	73
Tabel 4.3	75
Tabel 4.4	76
Tabel 4.5	77
Tabel 4.6	79

PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA IM3
PRABAYAR BY INDOSAT DI KOTA TUBAN, JAWA TIMUR

Oleh:

RIXY ANDRIAN VIDIANTO
18012010151/FEB/EM

Abstrak

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat di era saat ini dapat menimbulkan persaingan yang semakin ketat bagi para pebisnis yang memiliki produk sejenis. Oleh sebab itu dibutuhkan strategi yang baik untuk mengembangkan bisnisnya. Tujuan dilakukannya penelitian agar mengetahui relasi dari brand image (citra merek), kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana IM3 prabayar by Indosat di Kota Tuban, Jawa Timur. Penelitian termasuk kedalam penelitian kuantitatif yang metode pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Dengan populasi pelanggan yang berdomisili di Kota Tuban Jawa Timur yang menggunakan produk IM3 by Indosat. Penentuan sampel penelitian menggunakan non-probability sampling dengan purposive sampling. Jumlah sampel yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah 70 pengguna IM3 by Indosat yang tinggal di wilayah kota Tuban Jawa Timur. Data yang dipergunakan adalah primer dan sekunder. Dengan uji analisis partial least squares (PLS). dan menghasilkan bahwa brand Image, kualitas produk dan promosi memiliki dampak yang baik pada keputusan pembelian.

Kata kunci: Brand Image; Kualitas Produk; Promosi; Keputusan Pembelian.