

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI LAYANAN WIFI INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

BINTANG ADRIAN MAULANA

22012010294/FEB/EM

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

2026

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI LAYANAN WIFI INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

BINTANG ADRIAN MAULANA
22012010294/FEB/EM

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

2026

SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
LAYANAN WIFI INDIHOME DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

BINTANG ADRIAN MAULANA
22012010294

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada Tanggal: 21 Agustus 2026

Pembimbing Utama

**Tim Penguji
Ketua**


Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma W. M.M.
NIP. 196310091991032001


Dra. Ec. Mei Retno Adiwati, M.Si
NIP. 196605161991032001

Anggota


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

Mengetahui,

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


Dr. Dra. Tri Karaka Pertiwi, M.M., CRP.
NIP. 194304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Bintang Adrian Maulana
NPM : 22012010294
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Desertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Agustus 2026
Yang membuat pernyataan



Bintang Adrian Maulana
NPM. 22012010294

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan karya ilmiah ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Layanan WiFi IndiHome di Kota Surabaya”** sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Skripsi ini disusun bukan semata-mata untuk memenuhi persyaratan akademis, melainkan juga sebagai wadah bagi penulis dalam memperluas wawasan, menerapkan berbagai konsep teoritis, serta mengaitkan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Dalam perjalanan menyusun skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat berbagai keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karenanya, terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan banyak pihak yang sangat berarti. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.M.T., IPU., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Prof. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra. Ec. Nuruni Ika Kusuma Wardhani, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan ilmu yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kedua orang tua serta adik perempuan saya yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan, dan semangat tanpa henti selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Sahabat-sahabat kampus saya yang telah menemani perjalanan perkuliahan sejak semester 1 hingga saat ini, Shadam, Syam, Fajar, Ajet, Juan, Irfan, Fulviano. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta semangat yang telah diberikan selama menjalani proses perkuliahan. Kehadiran dan kebersamaan kalian telah menjadi bagian yang berharga dalam perjalanan saya hingga dapat menyelesaikan perkuliahan ini.

7. Sahabat-sahabat yang senantiasa menemani, membantu, dan mengisi hari-hari saya selama proses pengerjaan skripsi, Bima, Bagas, Dandi, Farhan, Fikri, Gesta, Rio, dan Zidan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta waktu yang telah diluangkan untuk menemani saya, baik dalam proses penyelesaian skripsi maupun dalam berbagai momen kebersamaan. Kehadiran kalian telah memberikan warna, semangat, dan kenangan yang berharga selama perjalanan ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan guna penyempurnaan di kemudian hari. Penulis berharap agar karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi salah satu rujukan dalam pengembangan ilmu pemasaran, terutama yang berhubungan dengan perilaku konsumen.

Surabaya, 2 Februari 2026

Bintang Adrian Maulana.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	20
2.2 Tinjauan Teori.....	22
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	22
2.2.2 Persepsi Harga.....	23
2.2.3 Indikator Persepsi Harga	25
2.2.4 Citra Merek	25
2.2.5 Indikator Citra Merek.....	26
2.2.6 Minat Beli	28
2.2.7 Indikator Minat Beli.....	29
2.3 Hubungan Antar Variabel	30
2.3.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	30
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	31
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.1.1 Definisi Operasional.....	34
3.1.2 Variabel Dependent	36

3.1.3 Pengukuran Variabel	37
3.2 Teknik Penentuan Sampel	38
3.2.1 Populasi.....	38
3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.4.1 Uji Validitas.....	42
3.4.2 Uji Reliabilitas	43
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	43
3.5.1 Cara Kerja PLS	45
3.5.2 Langkah Langkah PLS.....	45
3.5.3 Asumsi PLS.....	53
3.5.4 Ukuran Sampel.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian	57
4.3.1 Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X1).....	58
4.3.2 Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)	61
4.3.3 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	64
4.4 Analisis Data.....	66
4.4.1 Model PLS	66
4.4.2 Pengujian Outer Model	67
4.4.3 Inner Model.....	72
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	74
4.5 Pembahasan	75
4.5.1 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	75
4.5.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index ISP Fixed Indonesia Tahun 2022-2026	4
Tabel 1.2 Perbandingan Harga Paket Layanan Internet ISP di Surabaya	5
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	57
Tabel 4.3 Hasil jawaban responden mengenai Persepsi Harga (X1)	58
Tabel 4.4 Hasil jawaban responden mengenai Citra Merek (X2)	61
Tabel 4.5 Hasil jawaban responden mengenai Minat Beli (Y)	64
Tabel 4.6 <i>Outer Loadings</i>	68
Tabel 4.7 <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 4.8 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	70
Tabel 4.9 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	71
Tabel 4.10 <i>Latent Variable Correlations</i>	72
Tabel 4.11 <i>R-square</i>	73
Tabel 4.12 <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi dan jumlah pengguna Internet Indonesia 2025	2
Gambar 1.2 Paket <i>bundling</i> WiFi IndiHome	6
Gambar 1.3 Jangkauan Layanan IndiHome di Indonesia	8
Gambar 1.4 Gangguan Layanan Internet IndiHome	9
Gambar 1.5 Customer Reviews negatif pelanggan IndiHome	10
Gambar 1.6 Ulasan negatif dari pengguna layanan Wifi IndiHome	11
Gambar 1.7 Ulasan Konsumen Mengenai Layanan WiFi IndiHome di Media Sosial X.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3.1 Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i>	46
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	84
Lampiran 2. Rekapitulasi Hasil kuesioner	88
Lampiran 3 Hasil Olah Data	91

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI LAYANAN WIFI INDIHOME DI KOTA SURABAYA

Oleh:

Bintang Adrian Maulana

22012010294/FEB/EM

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi yang berlangsung sangat pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya di bidang pemasaran, sehingga mendorong perusahaan untuk beradaptasi dengan pola perilaku konsumen yang semakin modern. IndiHome sebagai layanan yang disediakan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk menghadapi persaingan yang ketat di Kota Surabaya, salah satu pasar layanan internet broadband yang kompetitif, di mana konsumen cenderung membandingkan harga serta manfaat sebelum memutuskan untuk berlangganan. Selain itu, munculnya ulasan negatif dari sebagian pelanggan terkait gangguan layanan turut berpotensi memengaruhi citra merek IndiHome di mata calon konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap minat beli layanan WiFi IndiHome di Kota Surabaya.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS).

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa persepsi harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli layanan WiFi IndiHome di Kota Surabaya.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Citra Merek dan Minat Beli