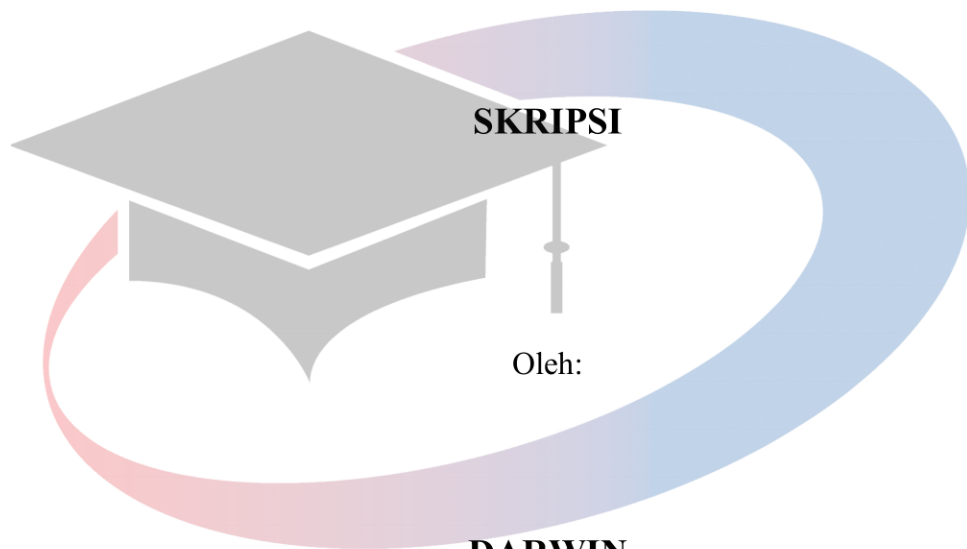


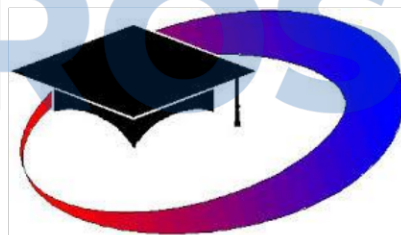
**PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, IKLAN,  
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PELAYANAN INTERNET  
TELKOMSEL**



**DARWIN**

**NIM : 157111014**

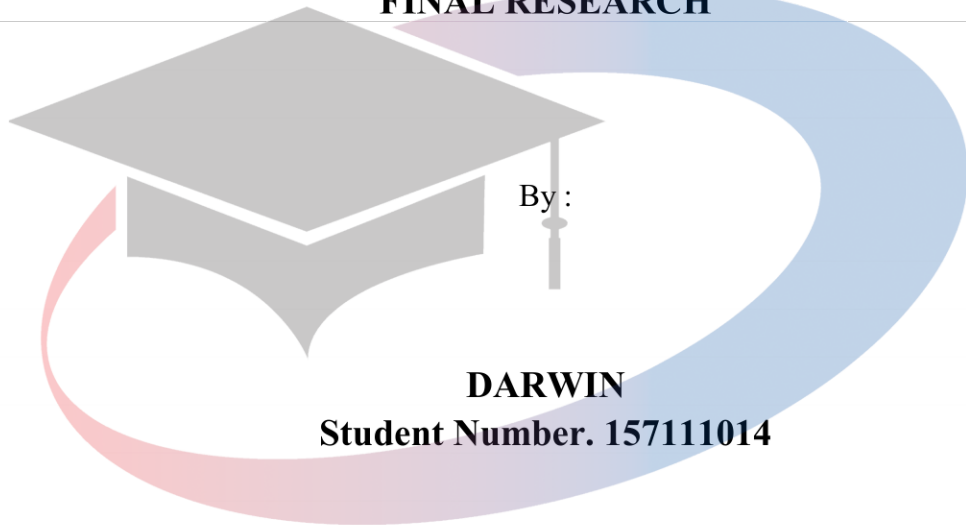
**UNIVERSITAS  
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2022**

**INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT INNOVATION  
ADVERTISING PRODUCT QUALITY AND PRICE ON  
PURCHASE DECISIONS FOR TELKOMSEL  
INTERNET SERVICE PRODUCT**

**FINAL RESEARCH**



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT  
FACULTY OF BUSINESS  
MIKROSKIL UNIVERSITY  
MEDAN  
2022**

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, INOVASI PRODUK, IKLAN,  
KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
PELAYANAN INTERNET  
TELKOMSEL

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu  
Program Studi Manajemen

Oleh :

**DARWIN**  
**NIM. 157111014**

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing 2

  
Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M

  
Apren Halomoan Hutasoit .S.E.,M.Si.

Medan, 05 Agustus 2022  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

  
UNIVERSITAS  
MIKROSKIL  
Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

NIM : 157111014  
NAMA : Darwin

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Iklan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelayanan Internet Telkomsel.**

Sehubungan dengan Tugas akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya**. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 22 Juli 2022

Saya yang membuat pernyataan,



Darwin

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Apakah Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Iklan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Innternet Telkomsel Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pengumpulan sampel dan menentukan populasi dan diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 dengan jumlah pengamatan sebanyak 100. Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian asosiatif yang dibantu dengan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian, sedangkan variabel Inovasi Produk, Iklan, Kualitas Produk, dan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Sedangkan objek penelitian yang di gunakan adalah perusahaan penyedia layanan internet Telkomsel

**Kata kunci :** *Citra Merek, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the influence of Brand Image, Product Innovation, Advertising, Product Quality, and Price on Purchase Decisions for Telkomsel Internet Service Products. The population in this study amounted to 100. The sampling method used was quantitative method with sample collection and determining population and obtained a research sample of 100 with a total of 100 observations. The type of research used is associative research assisted by the SPSS application. The results of the analysis show that the Brand Image variable has a positive and significant effect on the dependent variable on purchasing decisions, while the Product Innovation, Advertising, Product Quality, and Price variables have no effect on purchasing decisions. While the object of research used is the internet service provider company Telkomsel.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Innovation, Product Quality, Price and Purchase Decision*



UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk, Iklan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pelayanan Internet Telkomsel”.

Tugas akhir skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan akademik guna menyelesaikan studi program Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen pada Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dan kelancaran penyusunan tugas akhir tidak terlepas dari adanya bimbingan, nasihat, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan motivasi saat menempuh studi dan dalam penyusunan skripsi
2. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing dan ketua program studi jurusan manajemen yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran dan motivasi selama penyusunan skripsi.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam proses kelancaran akademis
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah membantu dalam Proses kelancaran akademis.
5. Seluruh staf pengajar Universitas Mikroskil Medan yang telah memberikan pelajaran serta ilmu yang sangat berharga kepada penulis selama menempuh studi.
6. Bapak Rudy Suwito dan Ibu Betly selaku orang tua dari serta saudara saya Ayu dan Alex yang senantiasa memberikan dukungan serta doa selama menempuh pendidikan dan menyusun skripsi di Universitas Mikroskil Medan.
7. Sahabat kami serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan motivasi, bantuan dan saran selama penyusunan skripsi.

8. Kepada teman-teman Manajemen Bisnis Sore Stambuk 2015 yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
9. Semua Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dikerjakan masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Akhir kata penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu ekonomi khususnya bidang manajemen serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 22 Juli 2022

Penulis

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL Darwin



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.6 Originalitas Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Citra Merek.....	17
2.1.5 Inovasi Produk.....	18
2.1.6 Iklan.....	20
2.1.7 Kualitas Produk .....	22
2.1.8 Harga .....	25
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	28
2.3 Kerangka Konseptual .....	32
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	35
2.4.1 Pengaruh Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	35

2.4.2 Pengaruh Variabel Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	35
2.4.3 Pengaruh Variabel Iklan Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4.4 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4.5 Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.4.6 Pengaruh Variabel Citra Merek, Inovasi, Iklan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	39
3.2 Objek Penelitian .....	39
3.3 Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1 Populasi .....	39
3.3.2 Sampel .....	40
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.4.1 Kuesioner .....	41
3.4.2 Wawancara .....	42
3.5 Defenisi Operasional Variabel .....	42
3.5.1 Variabel Independen (X) .....	43
3.5.2 Variabel Dependen (Y) .....	43
3.6 Metode Analisis data .....	45
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.6.2 Pengujian Kualitas Data .....	46
3.6.3 Pengujian Asumsi Klasik .....	47
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	49
3.6.5 Pengujian Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	52
4.1.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	56
4.1.5 Uji Kualitas Data .....	60
4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	70
4.1.8 Pengujian Hipotesis .....	72

4.2 Pembahasan .....	75
4.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel.....	75
4.2.2 Pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel.....	76
4.2.3 Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel.....	77
4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel .....	78
4.2.5 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Layanan Internet Telkomsel.....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>122</b>

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	34
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas .....	67
Gambar 4.2 Normal P-P Plot Uji Normalitas.....	68
Gambar 4.3 Hasil Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	70

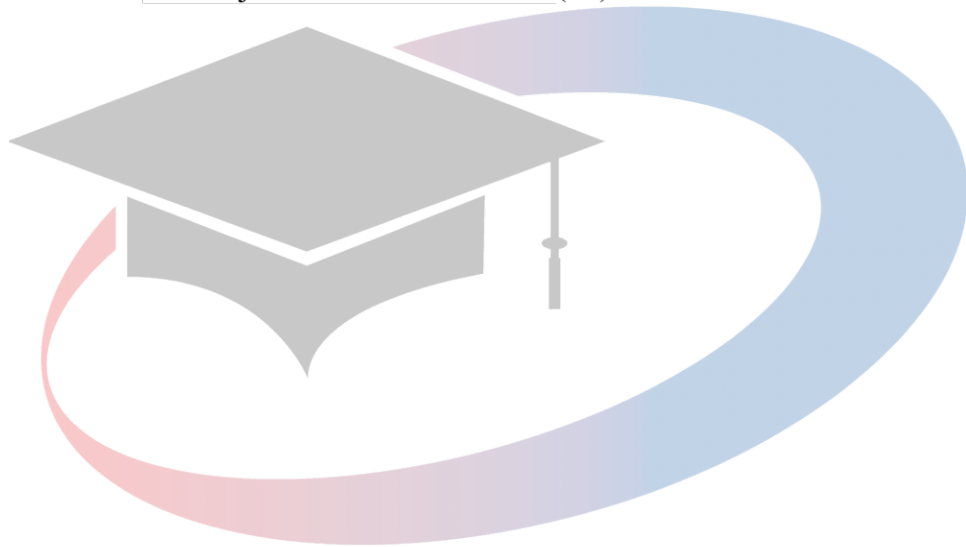


# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Operator Selular yang di gunakan untuk berinternet di Indonesia	
Tahun 2019 .....	2
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skala Likert .....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuisisioner.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	53
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Internet .....	53
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	53
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk .....	53
Tabel 4.9 Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan .....	53
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Iklan .....	53
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	53
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	53
Tabel 4.13 X1 (Citra Merek).....	61
Tabel 4.14 X2 (Inovasi Produk) .....	62
Tabel 4.15 X3 (Iklan).....	62
Tabel 4.16 X4 (Kualitas Produk) .....	62
Tabel 4.17 X5 (Harga) .....	63
Tabel 4.18 Y (Keputusan Pembelian) .....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Reabilitas Variabel Citra Merek.....	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Reabilitas Variabel Inovasi Produk.....	64
Tabel 4.21 Hasil Uji Reabilitas Variabel Iklan .....	64
Tabel 4.22 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk .....	65
Tabel 4.23 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga.....	65
Tabel 4.24 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	65

Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinieritas .....	66
Tabel 4.26 Hasil One-Sample Kolmogorov Smirnov Test .....	69
Tabel 4.27 Hasil Uji Glesjer.....	70
Tabel 4.28 Analisis Linear berganda .....	71
Tabel 4.29 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	73
Tabel 4.30 Hasil Uji f.....	74
Tabel 4.31 Hasil Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75



# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Daftar Distribusi Jawaban Responden.....	92
Lampiran 3 Hasil Pengolah Data .....	113



# UNIVERSITAS MIKROSKIL