

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET
INTERNET PRABAYAR TELKOMSEL
(Studi pada Pelanggan Paket Internet di Rajawali Telkomsel Ende)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

**MELKIANUS DJAMI LATA
2017410251**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : MELKIANUS DJAMI LATA

Nim : 2017410251

**Judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK CITRA MEREK
DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PAKET INTERNET PRABAYAR TELKOMDEL
(Studi Pada Pelanggan Paket Internet di Rajawali Telkomsel
Ende)**

Ende, 23 April 2022

Akan Diujikan Di Depan Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr.Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc
NIDN : 0826097401**

**Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN : 0825077101**

**Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**

**Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN : 0825077101**

LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 23 April 2022

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi

Priany Dewy Soleiman, SE., M.Sc
NIDN : 0826037001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN : 0825077101

Tim Penguji:

- | | | |
|----|--|---------|
| 01 | <u>Dr. Hyronimus, SE., MM</u>
NIDN : 0829097501 | 1. |
| 02 | <u>Maria Endang Jamu, SE., MM</u>
NIDN : 0814109101 | 2. |
| 03 | <u>Maria Helena C. Dua Mea, SS.MM</u>
NIDN : 0831108301 | 3. |
| 04 | <u>Lambertus Langga, SE., M.Sc</u>
NIDN : 0825077101 | 4. |
| 05 | <u>Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc</u>
NIDN : 0826097401 | 5. |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan **judul : “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel (Studi Pada Pelanggan Paket Internet di Rajawali Telkomsel Ende)”**. Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 23 April 2022 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dengan sesungguhnya skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat, pemikiran dari penulis lain yang saya akui seolah- olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar yang saya dapat dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas saya batal menerimannya.

Ende, 13 Juni 2022

Memberi Pernyataan



Melkianus Djami Lata
2017410251

MOTTO

*"Aku bisa, bukan karena kehebatanku, melainkan aku
bisa karena pertolongan Tuhan"*

~~ By. Melki lata ~~

PERSEMBAHAN

Peneliti Mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Segala rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel (Studi Pada Pelanggan Paket Internet di Rajawali Telkomsen Ende)”** skripsi ini Disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapei gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa maka dengan rendah hati peneliti persembahkan skripsi ini untuk :

1. Ucapan rasa syukur yang tak terhingga dan terima kasih kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini hingga terselesaikan.
2. Terima kasih untuk kedua orang tuaku Ina “Nalobo” dan Ama “Mahere” (Almarhum), yang telah mendoakan, memberikan dukungan dan motivasi serta nasehat-nasehat.
3. Terima kasih untuk saudara saudariku, kakak Ridolof, kaka Rubenson, kaka Ina, kaka Jeferson, kaka Olivia, kaka Alexander, kaka Titus, kaka Paulus, kaka Liber, kaka Ami, kaka Oca, kaka Ala, kaka Teo, mama Ny adik Aro, Runy, Nadin, Cee yang selalu mendukung dan memotivasi saya agar terus semangat dalam mengerjakan skripsi.
4. Terima kasih untuk para Dosen atas bimbingannya.

5. Terima kasih untuk para sahabat. Sahabat Luky Nuwa, Wannu Huslin, Melin Reo, Avelia Binus, Yani Dhedhe, Beartriks Lena, Afrin, Aji Sudrajad, Yeni Karmat, Enu Fan, Enu Nory, Sara, Nunur teman-teman seperjuang dan terlebih khusus untuk teman-teman Pemuda Syalom Ende yang selalu mensupport dan Mendoakan penulis agar lekas selesai.
6. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Manajemenangkatan 2017 yang senang tiasa mendukung penulis.
7. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang satu persatu tidak bisa saya sebutkan, terima kasih atas bimbingan dan motivasi untuk saya, terimakasih sudah dengan sabar membimbing saya, terimakasih sudah menegur saya bila saya salah, terimakasih untuk semuanya selama saya masih berada di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores
8. Almamaterku tercinta Universitas Flores
9. Agama, Nusa dan Bangsa.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa melimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel (Studi Pada Pelanggan Paket Internet di Rajawali Telkomsel Ende)”** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Unuversitas Flores Ende.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melalui berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral dan spiritual. Pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Flores beserta Wakil Rektor
2. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Flores dan Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Flores.
4. Bapak Dr. Rafael Octavianus Byre, SE.,M.Sc selaku pembimbing I dan Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi
5. Seluruh jajaran Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Flores
6. Bapak Trisno selaku Manajer di Rajawali Telkomsel Ende

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Karena itu, penulis mohon saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan.

Ende, 17 Januari 2022

Penulis

ABSTRAK

Melkianus Djami Lata, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen. Program Sarjana. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Viral Marketing Terhadap Keputusan pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel di Rajawali Telkomsel Ende Pembimbing I: Rafael Octavianus Byre Pembimbing 2 : Lambertus Langga

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel (2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel (3) Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel (4) Apakah viral marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel. Penelitian ini termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 91 orang pelanggan paket internet prabayar Telkomsel. Data dikumpulkan dengan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Regresi linier berganda digunakan untuk uji hipotesis penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel di Rajawali Telkomsel Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,602 (2) Ada pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel di Rajawali Telkomsel Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,550 (3) Ada pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel di Rajawali Telkomsel Ende dengan nilai beta (β) sebesar 0,870 (4) Ada pengaruh signifikan viral marketing terhadap keputusan pembelian paket internet prabayar Telkomsel di Rajawali Telkomsel Ende dengan nilai beta (β) sebesar 1,149.

Kata kunci: *Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Viral Marketing, Keputusan pembeli*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Bauran pemasaran	8
2.1.1.3 Unsur-unsur Pemasaran.....	9
2.1.2 Harga	10
2.1.2.1 Pengertian Harga.....	10
2.1.2.2 Indikator Harga	10
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	11
2.1.2.4 Metode Penetapan Harga.....	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	14

2.1.3.2 Indikator Kualitas Produk.....	14
2.1.4 Citra Merek.....	15
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.1.4.2 Indikator Citra Merek.....	16
2.1.4.3 Faktro-faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	16
2.1.4.4 Manfaat Citra Merek	17
2.1.5 Viral Marketing.....	18
2.1.5.1 Pengertian Viral Marketing	18
2.1.5.2 Indikator Viral Marketing.....	19
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pemebelian.....	20
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.1.6.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Pengembangan Hipotesis	26
2.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomse.....	26
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel	27
2.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel	27
2.3.4 Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Prabayar Telkomsel	28
2.4 Kerangka Pemikiran.....	28
2.5 Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel.....	31

3.4 Sumber Data	32
3.5 Definisi Operasional Variabel	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7 Variabel Dan Skala Pengukuran	34
3.7.1 Variabel Penelitian.....	34
3.7.2 Skala Pengukuran.....	35
3.8 Pengukuran Instrumen Peneltian	36
3.8.1. Uji Validitas.....	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	37
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.8.3.1 Uji Linieritas	37
3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.3.3 Uji Normalitas	38
3.8.4 Uji Hipotesis	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	39
3.9.1 Analisis Regresi Berganda.....	39
3.9.2 Pengujian Koefesien Persamaan Regresi	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Gambaran Umum PT Telkomsel Tbk	41
4.1.1 Sejarah Singkat	41
4.1.2 Visi dan Misi PT Telkomsel Tbk	41
4.1.2.1 Visi	41
4.1.2.2 Misi	41
4.2 Profil Responden.....	42
4.2.1 Deskripsi Responden	42
4.3 Analisis Deskripsi Statistik.....	46
4.3.1 Variabel Harga	46
4.3.2 Variabel Kualitas produk.....	48
4.3.3 Variabel Citra Merek	49
4.3.4 Variabel Viral Marketing	51
4.3.5 Variabel Keputusan Pembelian.....	52

4.4 Uji Instrumen Penelitian	53
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	56
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	58
4.4.3.1 Uji Lineritas	58
4.4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	59
4.4.3.3 Uji Normalitas	60
4.5 Uji Hipotesis	61
4.5.1 Hipotesis Pertama	61
4.5.2 Hipotesis Kedua	63
4.5.3 Hipotesis Ketiga	65
4.5.4 Hipotesis Keempat	67
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian	69
4.6.1 Hipotesis Pertama	69
4.6.2 Hipotesis Kedua	71
4.6.3 Hipotesis Ketiga	73
4.6.4 Hipotesis Keempat	74
BAB V PENUTUP	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Kuota Dan Harga Paket Internet Telkomsel Dan Internet XL Axiata	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Tabel Penilaian Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Kunjungan	45
Tabel 4.5 Data Deskripsi Variabel Harga	47
Tabel 4.6 Data Deskripsi Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 4.7 Data Deskripsi Variabel Citra Merek	50
Tabel 4.8 Data Deskripsi Variabel Viral Marketing.....	51
Tabel 4.9 Data Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	64
Tabel 4.18 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	65
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	66

Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	67
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Berdasarkan Usia.....	44
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Berdasarkan Kunjungan.....	46