

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, DAN KUALITAS YANG DIRASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD TELKOMSEL DI  
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



OLEH:

**INDRA NANDAPUTRA LASAIB**  
NIM : 2012210757

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2016**

PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, DAN KUALITAS YANG DIRASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD TELKOMSEL DI  
SURABAYA

Diajukan Oleh :


Indra Nandaputra Lasaib

NIM: 2012210757

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 12-10-2016

  
(Emma Julianti, S.E., M.M.)

**S K R I P S I**

**PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, DAN KUALITAS YANG DIRASA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD TELKOMSEL DI  
SURABAYA**

Disusun Oleh :

**Indra Nandaputra Lasaib**

**NIM: 2012210757**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 19 Agustus 2016

Tim Penguji

Ketua : Dra. Lindiawati, M.M.

Sekretaris : Emma Julianti, S.E.,M.M.

Anggota : Dr. Basuki Rachmat, S.E.,M.M.

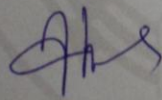


**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Indra Nandaputra Lasaib  
Tempat, Tanggal Lahir : Palu, 26 Mei 1994  
N.I.M : 2012210757  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Citra Merek, Iklan, Dan Kualitas Yang  
Dirasa Terhadap Keputusan Pembelian SIM Card  
Telkomsel di Surabaya

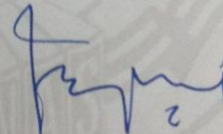
**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen  
Tanggal :



( Dr. Muazaroh, S.E., M.T. )

Dosen Pembimbing  
Tanggal : 12-10-2016



(Emma Julianti, S.E., M.M.)

## MOTTO

Saya bersaksi bahwa tiada Ilah selain Allah dan saya bersaksi bahwa Muhammad adalahutusan Allah.Kalimat yang harus di pegang selama hidup di dunia(**Mamaku Indocenning Huraerah**). Almarhum **Papa** mengatakan bahwa “orang yang harus kamu jaga adalah ibunda kamu dan perlakukan lah wanita lebih dari kamu memperlakukan dirimu”

**Once we accept our limits, we go beyond them.**

Albert Einstein

**The beautiful thing about learning is nobody can take it away from you.**

Mr. B. B. King

## KATA PERSEMBAHAN

Yang pertama dan utama adalah terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya yang telah membuat saya sudah sampai sejauh ini dan bisa menyelesaikan pendidikan strata 1.

Terimakasih kepada **INDOKU** tercinta yang selalu mendukung ku dalam hidup ini, semoga **PAPA** bangga dengan apa yang sudah saya gapai. Terimakasih juga kepada **UA** yang selalu membantu saya jika dalam kesusahan. Ka **TITIE** juga terimakasih banyak, dan saudara saudara lain yang sudah mendoakan kesuksesan saya, **tante ana, mama ayung, kakek oleng, kakek ang, tante ani, mama tua, tata biang, dan saudara saudara lainnya.**

**D' JEMBEL.** Lisa, Panca, Boris, Alpin, IfanSemoga kita selalu bisa menjalin silaturahmi dan tetap solid hingga kakek nenek nanti. Buat **SHAFIRA RIZQIKA YUMSHA** semoga Allah mengabulkan semua keinginan kita berdua.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proposal yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK, IKLAN, DAN KUALITAS YANG DIRASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SIM CARD TELKOMSEL DI SURABAYA.” ini dapat terselesaikan.

Dalam penyusunan skripsi ini penyusunan telah mendapat banyak bantuan dan petunjuk yang sangat berguna dari berbagai pihak. Oleh karena itu penyusun menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lutfi, S.E., M.Fin selaku ketua STIE Perbanas Surabaya,
2. Dr. Muazaroh, S.E., M.T selaku ketua program studi S1 Manajemen,
3. Emma Julianti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah mendukung dan mengarahkan proses penyelesaian penelitian ini,
4. Drs. Sudjarno Eko Supriyono, M.M selaku dosen wali yang telah membantu dalam proses perkuliahan hingga penyusunan penelitian.

Penulis memahami sepenuhnya bahwa proposal ini tak luput dari kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Surabaya, 5September2016

Indra Nandaputra Lasaib

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN SIAP DIUJI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
NGESAHAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar belakang.....	1
1.2. Perumusan masalah.....	5
1.3. Tujuan penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu .....	9
2.2. Landasan Teori.....	15
2.3. Hubungan antar variabel.....	23
2.4. Kerangka pemikiran.....	25
2.5. Hipotesis .....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Rancangan Penelitian.....	27
3.2. Batasan Penelitian.....	28
3.3. Identifikasi Variabel.....	28
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28
3.5. Instrument Penelitian .....	31
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.7. Data dan Metode Pengumpulan data .....	35
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	36
3.9. Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	42
4.1. Gambaran Subyek Penelitian.....	42
4.2. Analisis Data.....	45
4.3. Pembahasan.....	64



BAB V PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan .....	68
5.2. Keterbatasan Peneliti .....	69
5.3. Saran .....	69

DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Laporan Finansial Q1-2014 Tiga Perusahaan GSM Terbesar di Indonesia .....	2
Tabel 1.2	Jumlah Pelanggan Telkomsel 2010-2014 .....	3
Tabel 2.1	Perbandingan Penelitian Saat Ini Dengan Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1	Kisi-Kisi Kuisoner.....	31
Tabel 4.1	Interval Kelas .....	46
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	47
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan .....	48
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Yang Dirsa.....	49
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian ....	49
Tabel 4.6	Uji Validitas Variabel Citra Merek Sampel Kecil .....	51
Tabel 4.7	Uji Validitas Variabel Iklan Sampel Kecil.....	51
Tabel 4.8	Uji Validitas Variabel Kualitas Yang Dirasa Sampel Kecil .....	52
Tabel 4.9	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Sampel Kecil.....	52
Tabel 4.10	Uji Validitas Variabel Citra Merek Sampel Besar .....	53
Tabel 4.11	Uji Validitas Variabel Iklan Sampel Besar .....	54
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel Kualitas Yang Dirasa Sampel Besar .....	54
Tabel 4.13	Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Sampel Besar .....	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	55
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar .....	56
Tabel 4.16	Hasil Uji Multikolonieritas .....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial .....	62
Tabel 4.19	Hasil Uji Simultan.....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu Oleh Onigbinde Isaac Oladepo Dan Odunlami Samuel Abimbola .....	10
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu Oleh Nisal Rochana Gunawardane .....	11
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu Oleh Pantri Heriyati Dan Septi.....	13
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	25
Gambar 4.1	Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	42
Gambar 4.2	Grafik Berdasarkan Umur Responden.....	43
Gambar 4.3	Grafik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden .....	44
Gambar 4.4	Grafik Berdasarkan Lama Menggunakan Responden .....	45
Gambar 4.5	Grafik Heteroskedastisitas .....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Otput Statistik Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Otput Deskriptif Tanggapan Responden
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda



**THE INFLUENCE OF BRANDIMAGE, ADVERTISING, AND  
PERCEIVED QUALITY ON PURCHASING DECISIONS  
TELKOMSEL SIM CARD IN SURABAYA**

**Indra Nandaputra Lasaib**

STIE Perbanas Surabaya

E-mail: [2012210757@students.perbanas.ac.id](mailto:2012210757@students.perbanas.ac.id)

Jl. Semolowaru Selatan Gg. XI No.21 Surabaya

**ABSTRAK**

The purpose of this study to determine whether the brandimage, advertising, and perceived quality has a significant influence either simultaneously or partially on purchasing decisions Telkomsel SIM card in Surabaya.

This study uses the entire population of Surabaya people who use Telkomsel as their mobile telephone operator. In this study, judgement sampling technique toadapted the characteristics specified by the researcher. The sample in this study using 80 respondents people of Surabaya who use Telkomsel as their mobile telephone operator. The data used are primary data and their were collected through a survey using a questionnaire. Data were analyzed using descriptive analysis, classic assumption test and multiple linear regression analysis using SPSS 20.0.

Based on the calculations and the results are known hypothesis that the image of the brand, advertising, and perceived quality has a significant influence either simultaneously or partially on purchasing decisions Telkomsel SIM card in Surabaya.

***Keywords: Brand, Advertising, Quality Considered, Purchase Decision***