

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET
INDIHOME DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

RIVALDI PERDANAPUTRA

213402516213



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET
INDIHOME DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nasional

Oleh:

RIVALDI PERDANAPUTRA

21340216213



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwasanya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET INDIHOME DI JAKARTA SELATAN”

Merupakan gagasan ataupun hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang dipakai sudah dinyatakan secara jelas dan bisa diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Februari 2025



Rivaldi Perdanaputra

NPM : 213402516213



LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET
INDIHOME DI JAKARTA SELATAN


TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat Penulisan skripsi Di Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Diajukan Oleh

Nama : Rivaldi Perdanaputra
Nomor Pokok : 21340216213
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)

Mengetahui,
Ketua Program Studi


(Dr. Restu Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta :

LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Tugas Akhir: PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN INTERNET INDIHOME DI-JAKARTA
SELATAN**

Nama : Rivaldi Perdanaputra

NPM : 213402516213

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,

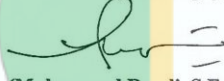
Pembimbing Tugas Akhir,


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M)

Ketua Penguji


(Dr. Andi Pallawagau, S.E.,)

Anggota/Penguji


(Muhammad Ramli, S.E., M.Si)

Mengetahui,

Dekan,



Fakultas Ekonomi Dan Bisnis


(Prof. Dr. Edi Sugiono, ST., S.E., M.M)

Jakarta :Maret 2025

Tanggal Lulus :Maret 2025

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET INDIHOME DI JAKARTA SELATAN

Oleh : Rivaldi Perdanaputra

NPM : 213402516213

Tugas Akhir, Dibawah Bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan internet IndiHome di Jakarta Selatan dipengaruhi oleh kualitas produk, citra merek, dan persepsi harga. Penyedia layanan harus memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan karena kebutuhan masyarakat akan layanan internet yang cepat dan stabil semakin meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif; data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada seratus pelanggan IndiHome. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Pelanggan lebih cenderung memilih layanan berkualitas tinggi karena reputasi perusahaan yang baik meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan persepsi harga yang sesuai dengan layanan juga sangat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Kata Kunci : Kualitas Produk , Brand Image, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian, IndiHome, Layanan Internet, Jakarta Selatan



ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASING DECISION OF INDIHOME INTERNET IN SOUTH JAKARTA

By: Rivaldi Perdanaputra

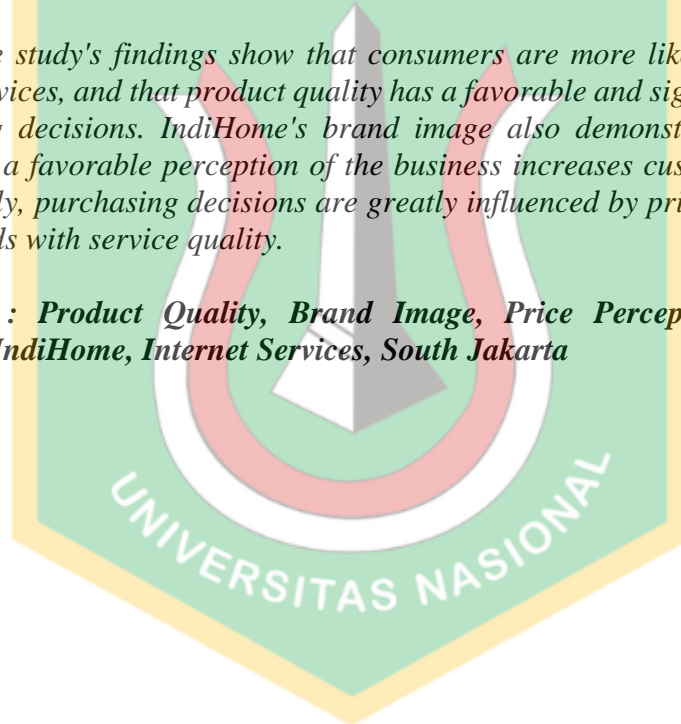
NPM: 213402516213

Final Project, Supervised by Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

The purpose of this study is to examine how pricing perception, brand image, and product quality affect consumers' decisions to use IndiHome internet services in South Jakarta. Given the growing need for dependable and quick internet services, it is critical for service providers to comprehend the elements affecting customer choices. A quantitative technique was used in this study, and 100 IndiHome clients were given a questionnaire to complete in order to gather data. Multiple linear regression analysis was used for data analysis.

The study's findings show that consumers are more likely to select high-quality services, and that product quality has a favorable and significant impact on purchasing decisions. IndiHome's brand image also demonstrated a favorable impact, as a favorable perception of the business increases customer confidence. Additionally, purchasing decisions are greatly influenced by price perception that corresponds with service quality.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Price Perception, Purchasing Decision, IndiHome, Internet Services, South Jakarta



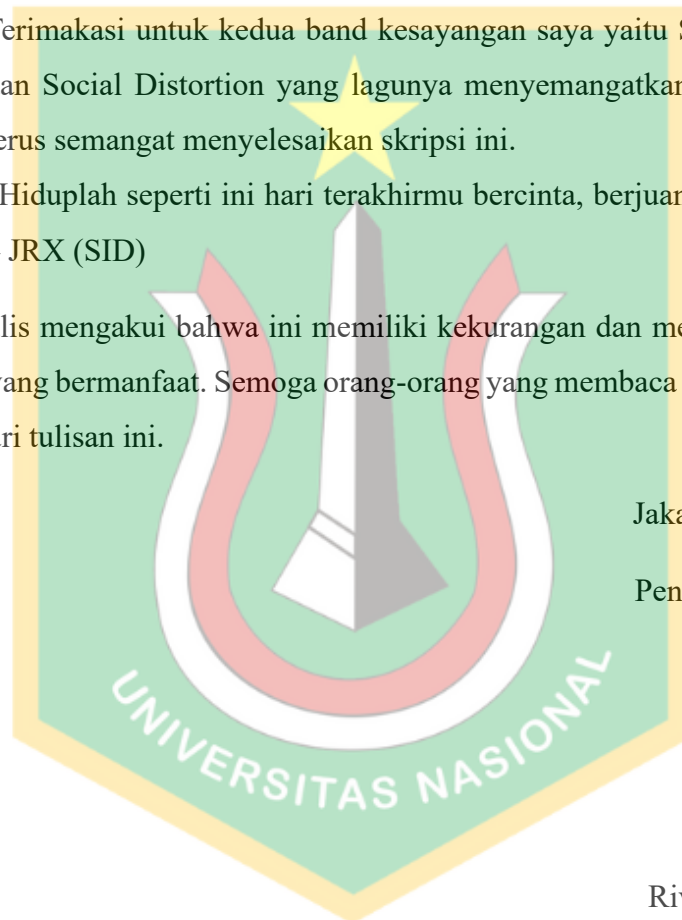
KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul " **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INTERNET INDIHOME DI JAKARTA SELATAN**" Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Ir. Edi Sugiono, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M. selaku Wakil Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
6. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bantuan serta pengarahan selama proses penelitian dan penulisan
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membagikan ilmu pengetahuan dan pengalamannya.
8. Kepada Bapak Kania Dino Agung dan Tante Diah Kusuma Ningrum yang selalu memberikan support dan cinta yang luar biasa kepada penulis.
9. Teman seperjuangan saya dari SMA sampai saat ini yang selalu support, memberi canda tawa, memberi motivasi untuk semangat menyelesaikan skripsi ini. Untuk Welcome Team (Raihan, Fadli, Calvin, Faza dan Abel) Terimakasih sebanyak – banyaknya

10. Teman saya yang cantik – cantik yang sudah memberikan saya semangat sebesar – besarnya untuk menyelesaikan skripsi. Untuk Family100 (Aurel, Eca, Shelli, Oca dan Zaira) Terimakasih sebesar – besarnya
11. Teman seprodi Manajemen untuk kerja sama selama menempuh pendidikan di Fakultas Universitas Nasional
12. Serta saudara maupun sepupu kerabat terdekat penulis yang sangat berjasa memberikan tawa canda, perhatian, support, motivasi, dan banyak bantuan dalam menyelesaikan tugas ini
13. Terimakasih untuk kedua band kesayangan saya yaitu Superman Is Dead dan Social Distortion yang lagunya menyemangatkan saya untuk tetep terus semangat menyelesaikan skripsi ini.
14. “Hiduplah seperti ini hari terakhirmu bercinta, berjuang dan bersyukur.”
– JRX (SID)

Penulis mengakui bahwa ini memiliki kekurangan dan mengharapkan kritik dan saran yang bermanfaat. Semoga orang-orang yang membaca dan membutuhkan manfaat dari tulisan ini.



Jakarta,
Penulis,

Rivaldi Perdanaputra

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian :	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Manajemen Pemasaran.....	10
B. Teori Yang Terkait Dengan Variabel Penelitian	11
1. Pengertian Kualitas Produk (X1).....	11
3. Indikator kualitas produk	14
5. Pengertian Brand Image (X2)	17
8. Pengertian Persepsi <i>Harga</i> (X3)	19
11. Keputusan Pembelian (Y)	22
12. Indikator Keputusan Pembelian	22
C. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	23
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	23
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	24

D.	Hasil Penelitian yang sesuai sebagai Rujukan Penelitian	25
E.	Kerangka Analisis	31
F.	Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
A.	Objek Penelitian	34
B.	Data Penelitian	34
1.	Sumber Data dan Jenis Data	34
a)	Sumber Data.....	34
b)	Jenis Data	34
2.	Populasi dan Sempel	35
a)	Populasi.....	35
b)	Sempel.....	35
c)	Responden pelanggan internet Indihome	36
3.	Metode dan Alat Pengukuran Data.....	37
C.	Jenis Variabel yang Digunakan	37
D.	Definisi Operasional.....	38
E.	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	39
1.	Metode Analisis.....	39
2.	Metode Analisis Inferensial.....	40
3.	Metode Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
F.	Uji Instrumen	41
a)	Uji Validitas.....	41
b)	Uji Reliabilitas	41
G.	Uji Asumsi Klasik	42
a)	Uji Normalitas.....	42
b)	Uji Multikolonieritas.....	42
c)	Uji Heteroskedatisitas	42
d)	Uji Autokorelasi	43
H.	Uji Kelayakan Model	43
2.	Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	44
I.	Pengujian Hipotesis.....	44
1.	Uji t	44
BAB IV		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
A.	Hasil Penelitian	46

1.	Deskripsi Data Penelitian.....	46
2.	Karakteristik Responden.....	47
3.	Analisis Deskriptif	52
B.	Uji Instrumen	56
1.	Uji Validitas.....	56
2.	Hasil Uji Reliabilitas	59
C.	Uji Asumsi Klasik	60
1.	Uji Normalitas.....	60
2.	Uji Multikolinearitas	61
3.	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.	Hasil Uji Autokorelasi.....	63
D.	Uji Regresi Linear Berganda.....	64
E.	Uji Kelayakan Model	66
1)	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
2)	Uji koefisien determinasi R^2	67
3)	Uji Hipotesis (t).....	67
B.	Pembahasan.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
DAFTAR PUSTAKA.....		73



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data pengguna internet, telpon selular, dan kepemilikan komputer/laptop di DKI Jakarta dari tahun 2018 – 2022.....	2
Tabel 1. 2 Data penyelenggara jasa internet Top Brand Award.....	4
Tabel 1. 3 Data pelanggan indihome area Jakarta Selatan Tahun 2020 - 2022	6
Tabel 1. 4 Daftar harga paket internet Indihome 2023	7



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Analisis	32
Gambar 4. 1 Gambar 4. 1	
Diagram Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	78
LAMPIRAN 2 TABULASI JAWABAN RESPONDEN	82
LAMPIRAN 3 HASIL OUTPUT SPSS 23	94
LAMPIRAN 4 HASIL TURNITIN	102

