

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI  
HARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PAKET DATA INDOSAT OOREDO DI KELURAHAN KEDAUNG  
TANGERANG SELATAN**

**TUGAS AKHIR**

**ALMA ANASTIA**

**193402516300**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2023**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND AWARENESS, PRICE PERCEPTION,  
AND SOCIAL MEDIA ON CUSTOMER SATISFACTION ON THE INDOSAT OOREDO DATA  
PACKAGE INKEDAUNG VILLAGE, SOUTH TANGERANG***

***THESIS***

**ALMA ANASTIA**

**193402516300**



**PROGRAM STUDY MANAGEMENT  
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS  
NATIONAL UNIVERSITY  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERYATAAN

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

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGANPAKET DATA INDOSAT OOREDO DI KELURAHAN KEDAUNG TANGERANG SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 3 Februari 2023

  
TEMPEL  
50A7EAKX293214136

Alma Anastia

NPM: 193402516300

**LEMBAR PERSETUJUAN**

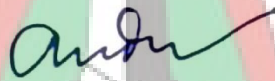
**Judul Skripsi** : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AWARENESS, PERSEPSI HARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PAKET DATA INDOSAT OOREDO DI KELURAHAN KEDAUNG TANGERANG SELATAN**

**Nama Mahasiswa** : **Alma Anastia**

**Nomor Pokok** : **193402516300**

**Program Studi** : **MANAJEMEN**

**Menyetujui,  
Pembimbing Skripsi,**



**(Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.)**

**Mengetahui,**

**Ketda Program Studi Manajemen,**



**(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)**

**Jakarta, 03 Februari 2023**

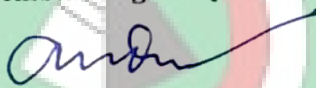
**LEMBAR PENGESAHAN**

**Judul Skripsi** : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND AWARENESS, PERSEPSI HARGA DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PAKET DATA INDOSAT OOREDO DI KELURAHAN KEDAUNG TANGERANG SELATAN**

**Nama Mahasiswa** : Alma Anastia  
**Nomor Pokok** : 193402516300  
**Program Studi** : MANAJEMEN

**Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional**

**Menyetujui,  
Pembimbing Skripsi,**



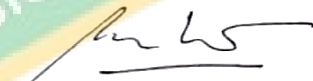
**(Dr. Andini Nurwulandari S.E., M.M.)**

**Ketua Penguji,**



**(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)**

**Anggota / Penguji,**



**(Beureukat, S.E., M.Si.)**

**Mengetahui,**

**Dekan,**



**(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)**



**Jakarta : 03 Februari 2023**

**Tanggal Lulus : 20 Februari 2023**

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PAKET DATA INDOSAT OOREDO DI KELURAHAN KEDAUNG TANGERANG SELATAN

Oleh:

**Alma Anastia**

**NPM: 193402516300**

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Data Indosat Ooredoo di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner kepada 100 responden Masyarakat Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis inferensial dengan regresi linear berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.0. Dari hasil analisis regresi linear berganda, menggunakan uji t yang dimana Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga dan Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadikan para pengguna Paket Data Indosat Ooredoo mampu memperhatikan Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga dan Media Sosial yang dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Persepsi Harga, Media Sosial, Kepuasan Pelanggan**



## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, BRAND AWARENESS, PRICE PERCEPTION, AND SOCIAL MEDIA ON CUSTOMER SATISFACTION ON THE INDOSAT OOREDO DATA PACKAGE IN KEDAUNG VILLAGE, SOUTH TANGERANG**

**By:**

**Alma Anastia**

**NPM: 193402516300**

*Thesis, under the guidance of Dr. Andini Nurwulandari, S.E.,M.M.*

*This study aims to determine the effect of Product Quality, Brand Awareness, Price Perceptions and Social Media on Customer Satisfaction of Indosat Ooredoo Data Packages in Kedaung Village, South Tangerang. This study uses primary data through questionnaires to 100 respondents from the Kedaung Village Community, South Tangerang. The data analysis technique uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23.0 program. From the results of multiple linear regression analysis, using the t test where Product Quality, Brand Awareness, Perceived Price, and Social Media have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. The results of this research are expected to enable Indosat Ooredoo Data Package users to be able to pay attention to product quality, brand awareness, price perception and social media which can increase sales.*

**Keywords: Product Quality, Brand Awareness, Perceived Price, Social Media, Customer Satisfaction**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Alma Anastia
2. Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 17 Maret 2001
3. Agama : Islam
4. Alamat Rumah : Jl. Kavling Keuangan 1 no. 43, Kedaung,  
Pamulang, Tangerang Selatan
5. Telepon : 087809306865
6. Email : [alma.anastia75@gmail.com](mailto:alma.anastia75@gmail.com)

### B. Data Pendidikan Formal

1. 2007-2013 : SD Negeri Ciputat 06
2. 2013-2016 : SMP Negeri 10 Tangerang Selatan
3. 2016-2019 : SMA Nusantara Plus
4. 2019-2023 : Universitas Nasional



Jakarta,

*Alma Anastia*

Alma Anastia



## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang maha pengasih lagi maha penyayang, penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiratnya yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness, Persepsi Harga, Dan Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Paket Data Indosat Ooredoo Di Kelurahan Kedaung Tangerang Selatan**” untuk diajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.

Penulis meyakini bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Sehingga penulis haturkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya dan teristimewa untuk semua pihak yang telah mendukung baik dalam segi moril maupun finansial serta doa selama penulis menempuh pendidikan.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis banyak menghadapi tantangan dan hambatan, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan, kepada:

1. Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec, Ph.D., 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. Andini Nurwulandari, S.E., M.M.. selaku pembimbing tugas akhir yang telah berkenan memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan tugas akhir serta memotivasi penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah berkenan membina, memberikan ilmu dan memberikan dukungan serta menciptakan motivasi belajar yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Nasional.
7. Segenap staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang telah membantu dan memberikan kemudahan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan
8. Kedua orang tua, Bapak Suyono dan Ibu Mutia yang telah memberikan support dan mendoakan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional.

9. Kepada teman seperjuangan mengejar gelar sarjana Uci, Irna, Muti, Wulan, Dinar, Sania, Aliffia, Papat, Nitha, Sarah yang telah berjuang bersama dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Dan telah memberikan motivasi, support, mendoakan dan menguatkan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh karena itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Terima Kasih,  
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Jakarta,  
Penulis,

*Alma Anastia*

**ALMA ANASTIA**  
**193402516300**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL (LUAR)</b>	
<b>HALAMAN SAMPUL (DALAM)</b>	
<b>LEMBAR PERYATAAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>LEMBAR PENGASAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>5</b>
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
<b>1. Manajemen Pemasaran.....</b>	<b>7</b>
<b>2. Pemasaran.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....</b>	<b>8</b>
<b>4. Kualitas Produk (X1) .....</b>	<b>10</b>
A. Defnisi Konsep .....	10
B. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk .....	11
C. Indikator Kualitas Produk.....	12
<b>5. Brand Awareness (X2) .....</b>	<b>12</b>
A. Definisi Konsep .....	12
B. Faktor yang mempengaruhi <i>Brand Awareness</i> .....	12
C. Indikator Brand Awareness.....	13
<b>6. Persepsi Harga (X3) .....</b>	<b>14</b>
A. Definisi Konsep .....	14

B. Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga .....	14
C. Indikator Persepsi Harga .....	15
<b>7. Media Sosial (X4).....</b>	<b>15</b>
A. Definisi Konsep .....	15
B. Faktor yang mempengaruhi Media Sosial.....	16
C. Indikator Media Sosial .....	16
<b>8. Kepuasan Pelanggan (Y).....</b>	<b>17</b>
A. Definisi Konsep .....	17
B. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	17
C. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	18
<b>B. keterkaitan Antar Variable Penelitian .....</b>	<b>19</b>
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	19
2. Pengaruh Brand Awareness terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	20
4. Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan .....	20
<b>C. Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....</b>	<b>21</b>
<b>D. Kerangka Analisis.....</b>	<b>23</b>
<b>E. Hipotesis.....</b>	<b>24</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
<b>A. Objek Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>B. Data Penelitian .....</b>	<b>25</b>
1. Sumber Data Jenis Data .....	25
2. Populasi dan Sampel.....	26
<b>C. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>26</b>
<b>D. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>27</b>
<b>E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis .....</b>	<b>29</b>
1. Metode Analisis .....	29
2. Pengujian Instrument Penelitian .....	30
3. Uji Asumsi Klasik.....	31
4. Uji Heteroskedastisitas (Uji Korelasi Spearman) .....	32
5. Uji Autokorelasi.....	32
6. Analisis Regresi Linear Berganda .....	32
7. Uji Kelayakan Model.....	33

8. Pengujian Hipotesis .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Hasil Penelitian .....</b>	<b>35</b>
1. Deskripsi Data Penelitian.....	35
2. Sejarah Singkat Perusahaan .....	35
3. Deskripsi Responden .....	36
4. Analisis Tingkat Persepsi.....	40
5. Hasil Analisis Penelitian .....	46
<b>b. Pembahasan .....</b>	<b>62</b>
1. Pengaruh Kalitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	62
2. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	63
4. Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Pelanggan .....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	66
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pre-Test Masyarakat Kedaung Tangerang Selatan.....	4
Tabel 2. 1 Rujukan Penelitian.....	21
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert .....	27
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	39
Tabel 4. 4 Skala Likert .....	40
Tabel 4. 5 Total Average Mean Kualitas Produk (X1).....	41
Tabel 4. 6 Total Average Mean <i>Brand Awareness</i> (X2) .....	42
Tabel 4. 7 Total Average Mean Persepsi Harga (X3) .....	43
Tabel 4. 8 Total Average Mean Media Sosial (X4) .....	44
Tabel 4. 9 Total Average Mean Kepuasan Pelanggan (Y) .....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1) .....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Brand Awareness (X2) .....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga (X3).....	48
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Media Sosial (X4).....	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Instrument Kualitas Produk, Brand Awareness, Persepsi Harga, Media Sosial dan Kepuasan Pelanggan .....	51
Tabel 4. 16 Output Normalitas .....	52
Tabel 4. 17 Output Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4. 18 Output Uji Spearman.....	55
Tabel 4. 19 Output Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 4. 20 Analisis Linear Berganda.....	58
Tabel 4. 21 Output Kelayakan Model (Uji F).....	59
Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
Tabel 4. 23 Output Kelayakan Model (Uji T) .....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	23
Gambar 4. 1 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Usia... ..	37
Gambar 4. 2 Diagram Presentase Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Gambar 4. 3 Diagram Presentase Karekteristik Berdasarkan Pendapatan ..	39
Gambar 4. 4 Scaterplot Normalitas.....	53
Gambar 4. 5 Scaterplot Spearman.....	56

