

**Pengaruh Citra merek, Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Konsumen**

**Membeli Sim Card Simpati Di Kota Palembang**



**SKRIPSI OLEH :**

**ROY DISTHA AREZDA**

**01011381320039**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2018**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SIM CARD SIMPATI  
DI KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh:

Nama : Roy Distha Arezda  
NIM : 01011381320039  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

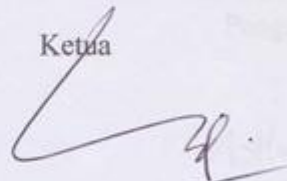
Tanggal Persetujuan

Tanggal :

September 2018

Dosen Pembimbing

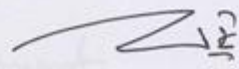
Ketua

  
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIP:195306241984031001

Tanggal :

Anggota

September 2018

  
Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP: 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SIM CARD SIMPATI  
DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Roy Distha Arezda

NIM : 01011381320039

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentras : Manajemen Pemasaran

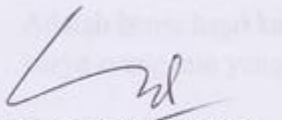
Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, September 2018

Ketua,

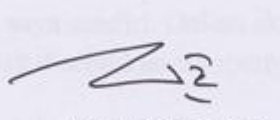
Anggota,

Penguji,



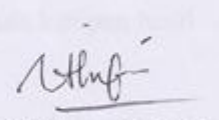
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M.

NIP:195306241984031001



Welly Nailis, S.E., M.M.

NIP: 197407102008011011



Hj. Nofiwaty, S.E., M.M.

NIP: 196911081994012001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.  
NIP: 195707141984031005

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Roy Distha Arezda

NIM : 01011381320039

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul:  
**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SIM CARD SIMPATI DI KOTA  
PALEMBANG**

Pembimbing:

Ketua : Drs. H. Islahuddin Daud, M.M

Anggota : Welly Nailis, S.E. M.M.

Tanggal Ujian : September 2018

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Palembang, September 2018



Yang membuat pernyataan,

Roy Distha Arezda  
01011381320039



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia, serta berkat izin-Nya dan Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya hingga pada umatnya sampai akhir zaman, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang mengambil berjudul PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SIM CARD SIMPATI DI KOTA PALEMBANG. Skripsi ini terdiri dari lima bab, yakni Pendahuluan, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan serta Kesimpulan dan Saran. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Selama penyusunan skripsi ini, penulis sendiri tidak luput dari berbagai halangan dan kendala, namun hal itu dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. H. Islahuddin Daud, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Welly Nailis, S.E. M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah bersedia mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M., selaku Pengelola Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
7. Bapak Drs. H. M. A. Rasyid Umrie, M.B.A., selaku Pembimbing Akademik saya.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Staf yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta membantu selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Ayah & Ibu yang saya hormati dan Sayangi, dan Abang saya Bryhan Arezda yang telah membantu dukungan dalam proses pengerjaan skripsi ini berlangsung.
10. *Sahabat-sahabat* saya Herbertus Pandu Edioson, S.E, M. Agung Prasetyo, S.E, M. Imam Taqwin, S.E, Tommy M, S.E, Alfisyar Muhammad, S.E, yang selalu ada dalam suka maupun duka untuk menghibur, mendengarkan keluh-kesah, memberi dorongan serta semangat tanpa henti dan jemu-jemu kepada penulis.
11. Teman-teman kelas Manajemen B Angkatan 2013 dan teman-teman Konsentrasi Manajemen Pemasaran 2013, yang telah memberikan dukungan dan informasi mengenai perkuliahan dan skripsi ini kepada penulis.
12. Responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus-ikhlas memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu, segala kritik teguran dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Palembang, September 2018





## ABSTRAK

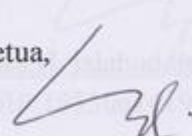
Penelitian ini adalah tentang pengaruh Citra Merek (brand image), Harga dan kualitas terhadap Keputusan konsumen untuk membeli sim card simpati Di Palembang. Perusahaan telkomsel saat ini harus membuat dan mengatur strategi pemasaran yang tepat, produk telkomsel yang harus disesuaikan dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen agar perusahaan dapat bersaing dipasaran dengan produk yang berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah, untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (Brand Image), harga dan kualitas terhadap keputusan konsumen untuk membeli Simpati, manfaat yang diperoleh adalah untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang menggunakan model regresi linear berganda untuk mengetahui salah satu dari dua variabel yang dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner pada 100 pelanggan. Hasil Uji t adalah Nilai t hitung variabel X1 sebesar  $2,055 > 1,988$ , dengan nilai signifikansi  $0,043 < 0,05$ . Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen Simpati di kota Palembang. Nilai t hitung variabel X2 sebesar  $2,492 > 1,988$ , dengan nilai signifikansi  $0,014 < 0,05$ . Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel Harga terhadap Keputusan Konsumen di kota Palembang. Nilai t hitung variabel X3 sebesar  $2,498 > 1,988$ , dengan nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas terhadap Keputusan Konsumen di kota Palembang.

**Kata Kunci :** Citra Merek, Harga, Kualitas dan Keputusan Konsumen.

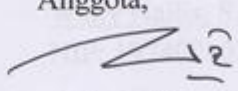
Telah kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, September 2018

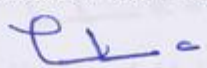
Ketua,

  
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M  
NIP:195306241984031001

Anggota,

  
Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP: 197407102008011011

Mengetahui,  
Pengelola Akademik Jurusan Manajemen

  
Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M  
NIP: 195607011985031003

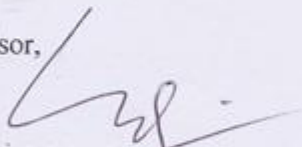
## ABSTRACT

This research is about the influence of Brand Image (brand image), Price and quality to consumer decisions to buy sim card sympathy In Palembang. Telkomsel companies now have to create and set the right marketing strategy, telkomsel products that must be tailored to what is needed and desired by consumers so that companies can compete in the market with different products. The purpose of this study is, to determine the influence of Brand Image (Brand Image), price and quality of consumer decisions to buy Sympathy, the benefits obtained are to increase knowledge and insight in the field of marketing and methods used in this study is a quantitative analysis using multiple linear regression model to find out one of the two dominant variables in influencing consumer buying interest. Data collection was conducted with questionnaires on 100 customers. Test Result t is the value of t arithmetic variable X1 of  $2.055 > 1.988$ , with a significance value of  $0.043 < 0.05$ . This means there is a significant influence between the variables Brand Image of Consumer Decision Simpati in the city of Palembang. The value of t arithmetic variable X2 amounted to  $2.492 > 1.988$ , with a significance value of  $0.014 < 0.05$ . This means there is a significant influence between the Price variable on Consumer Decision in the city of Palembang. The value of t arithmetic variable X3 of  $2.498 > 1.988$ , with a significance value of  $0.016 < 0.05$ . This means there is a significant influence between the variable Quality of Consumer Decision in the city of Palembang.

Keywords : Brand Image, Price, Quality and Consumer Decision

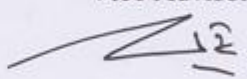
Palembang, September 2018

Advisor,

  
Drs. H. Islahuddin Daud, M.M


NIP: 195306241984031001

Vice Advisor,

  
Welly Nailis, S.E., M.M

NIP: 197407102008011011

Knowing,  
Business Management Academic Programs

  
Drs. Yuliansyah M. Diah, M.M

NIP: 195607011985031003



## SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa Abstrak Skripsi dalam Bahasa Inggris dari Mahasiswa:

Nama : Roy Distha Arezda  
NIM : 01011381320039  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN  
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
MEMBELI SIM *CARD* SIMPATI DI KOTA  
PALEMBANG

Telah kami periksa penulisan, *Grammar*, maupun susunan *tenses*nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing Skripsi,

Ketua



Drs.H. Islahuddin Daud, M.M  
NIP:195306241984031001

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M  
NIP: 197407102008011011

## RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Roy Distha Arezda  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 14 September 1994  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat Rumah : Jl. Kancil Putih 7 No 84, RT. 46 RW 10 Kelurahan  
Demang Lebar Daun, Kecamatan Ilir Barat 1 KOTA  
PALEMBANG  
Alamat Email : roydistaarezda@gmail.com



### Pendidikan Formal:

SD : SDN 24 PALEMBANG  
SMP : SMPN 17 PALEMBANG  
SMA : SMAN 1 PALEMBANG

### Kepengabdian/Kelembagaan:

- Asisten Ahli, Dosen Sesiwa S1, dan Praktisi
- Dosen, Fakultas Hukum, Universitas Dharma Widya
- Sekretaris dan Koordinator
- Dosen, Jurusan PGSD
- Administrasi

**Motto :**

***“JANGAN PERNAH LELAH MENCOBA SESUATU HAL  
WALAUPUN ITU HASILNYA AKAN GAGAL”***

***(Roy Distha Arezda)***

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Ayahanda Dwi Agus Santoso. S.E, dan Ibunda  
Dra. Farida Hanum. Abang saya Bryhan Arezda
- ❖ Sahabat dan teman-temanku
- ❖ Para Dosen FE Unsri
- ❖ Almamaterku



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
SURAT PERNYATAAN.....	viii
RIWAYAT HIDUP .....	ix
Motto : .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Citra Merek (Brand Image) .....	12
2.1.2 Harga .....	15
2.1.3. Kualitas Produk.....	16
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	17
2.2. Kerangka Pemikiran.....	19
2.3. Penelitian Terdahulu .....	20
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN .....	22

3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	22
3.2 Rancangan Penelitian .....	22
3.3 Populasi Dan Sampel .....	22
3.5 Data Yang Digunakan .....	25
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.7 Instrumen Penelitian .....	26
3.7.1 Uji Validitas .....	27
3.7.2. Uji Reliabilitas.....	27
3.8 Teknik analisis .....	28
3.8.3 Regresi linier Berganda .....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	30
4.1.1 Uji Validitas.....	30
4.2 Gambaran Umum Responden .....	33
4.3 Gambaran Perilaku Responden .....	35
4.4 Analisis Deskriptif Variabel.....	37
4.4.1 Citra Merek .....	37
4.5.2 Uji Parsial (Uji T) .....	50
4.6 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	51
4.7 Pembahasan.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN .....	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran .....	59
LAMPIRAN.....	62

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Sim Card Telepon Seluler Di Kota Palembang Tahun 2011 s/d 2015.....	3
Tabel 1.2 Paket Sim Card Simpati PT. TELKOMSEL Pada Tahun 2017.....	4
Tabel 1.3 Data penjualan Sim Card Simpati Tahun 2011 s/d 2015.....	5
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	24
Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Gambaran Umum Responden .....	36
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Gambaran Umum Responden .....	38
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1 .....	40
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2 .....	43
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3 .....	44
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y .....	44
Tabel 4.9 Uji t.....	44
Tabel 5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 KERANGKA PEMIKIRAN.....	19
Gambar 5.0 UJI NORMALITAS.....	55
Gambar 5.1 UJI HETEROKEDASTISITAS.....	56

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi yang berkembang saat ini sangatlah pesat sehingga memudahkan masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain melalui telepon dan mengirim pesan melalui telepon genggam (Handphone), yang mendukung teknologi untuk mendapatkan akses telepon dan mengirim pesan ialah adanya jaringan provider seperti telkomsel.

Keanekaragaman produk pada provider yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan identitas dalam pengambilan keputusan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria sebuah produk. fenomena tersebut menjadikan kondisi persaingan yang semakin ketat antar provider satu sama lain seperti indosat, xl.

Citra merek juga dapat menjadi magnet yang kuat dalam persaingan untuk memperebutkan dan memenangkan pasar konsumen. Citra sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Suatu kesan yang baik dalam benak konsumen akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung membeli barang yang telah memiliki citra merek yang baik di Masyarakat. Citra merek sendiri merupakan aspek yang sama pentingnya dengan harga dan kualitas produk itu sendiri.

Semakin baiknya merek suatu perusahaan maka semakin besar pula sebuah perusahaan tersebut melebarkan pangsa pasar.

Tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen hanya terpaku pada citra merek saja, Kualitas produk juga sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian suatu produk. Konsumen lebih suka menganalisa terlebih dahulu sebelum membeli sebuah produk dengan alasan agar kepuasan mereka lebih terpenuhi daripada hanya melihat citra mereknya saja. Pengemasan sebuah produk juga dapat menjadi tolak ukur yang menjanjikan baik dalam segi pengemasan penjualan kartu seluler, paket-paket yang digunakan untuk berkomunikasi seperti paket SMS, Telepon, internet, M-Banking, bahkan tidak beberapa lama ini, Telkomsel membuat suatu terobosan baru dengan program T-Cash yang berfungsi hampir sama dengan credit card pada umumnya, beberapa voucher discount atau bonus dari tempat makan maupun outlet terkemuka dan layanan Broadband lainnya.

Selain citra merek dan kualitas produk ada juga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk yaitu harga. Harga juga memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen bahkan tidak sedikit pula konsumen yang mematok kualitas sebuah produk dengan harganya. Namun tidak semua konsumen berpikiran sama, terkadang ada juga yang melihat daya beli atau penghasilan konsumen tersebut maka diharapkan para pembuat strategi pemasaran untuk memilah pasar sesuai dengan perilaku konsumennya.



Hal tersebut juga dibuktikan dengan penguasaan pangsa pasar (Market Share) pada produk provider. Produk provider merek telkomsel tahun 2011-2015 yang selalu mengungguli dalam persaingan ialah simcard simpati sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data Pengguna Sim Card Telepon Seluler Di Kota Palembang Tahun 2011 s/d 2015**

Operator Seluler	Total pengguna pada 2011 (ribu)	Total pengguna pada 2012 (ribu)	Total pengguna pada 2013 (ribu)	Total pengguna pada 2014(ribu)	Total pengguna pada 2015 (ribu)
Telkomsel	596,7	611	662,8	801,3	1,140
XI Axiata	383	415,5	450,3	571,5	751,4
Indosat	289,5	334,2	362,4	448,2	600,1

**Pengguna Laporan Selular Terbesar Di Palembang**

**Sumber : [www.indotelko.com](http://www.indotelko.com) & PT. Telkomsel**

Seperti yang ditunjukkan oleh tabel di atas, Telkomsel tetaplah raja diantara semua operator GSM di Indonesia. Perusahaan tersebut berhasil menarik konsumen jauh lebih besar dibanding laba yang dicatat dua pesaingnya yakni Indosat dan XL Axiata. Dari segi jumlah pengguna, Telkomsel juga tetap nomor satu dengan 1,140 ribu pada tahun 2015 juta pengguna. XL Axiata berhasil menyalip posisi kedua berkat akuisisi Axis dengan jumlah pengguna 751,4. Indosat berada di posisi ketiga dengan jumlah 600,1 ribu pengguna. Dengan adanya data seperti itu operator seluler yang ada di Kota Palembang khususnya

pada SIM Card simpati harus lebih inovatif dan lebih unggul diantara produk-produk lainnya . Persaingan yang sangat ketat dari produsen operator selular, membuat masing-masing produsen berusaha menampilkan ciri-ciri produk yang dihasilkan, seperti karakter, identitas, kualitas dan keunggulan. Mulai dari

fisik, daya tanggap, jaminan, kehandalan, empati dari SIM Card Simpati lakukan. Berikut ini adalah jumlah produk Sim Card Simpati di Kota Palembang :

**Tabel 1.2**

**Paket Sim Card Simpati PT. TELKOMSEL Pada Tahun 2017**

No	Produk		Perlengkapan Produk
1	simPATI social Max	Buat yang maniak chatting dan sharing di social media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuota melimpah untuk mengakses internet, men-download, streaming, dan lain sebagainya</li> <li>• Masa aktif dan harga bervariasi</li> <li>• Bebas akses media social</li> <li>• Aktifasi yang sangat mudah</li> </ul>
2	SimPATI freedom	komunikasi tanpa batas paket perdana dari simPATI dengan nomor awal 0821	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gratis langsung 1MB internetan, 100 SMS dan chat gak ada batas waktu</li> <li>• Gratis SMS emoticon, NSP, Ringtone, wallpaper &amp; twitter</li> <li>• Gratis paket mingguan Opera Mini &amp; chat sepuasnya</li> </ul>
3	Telkomsel Flash	Layanan internet super cepat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet langsung aktif</li> <li>• Gratis langsung 1MB internetan dan chat gak ada batas waktu</li> <li>• Gratis langsung 100 SMS ke semua operator gak ada batas waktu</li> <li>• Gratis SMS emoticon &amp; twitter</li> <li>• Gratis paket mingguan Opera Mini &amp; chat sepuasnya</li> <li>• Gratis NSP keren, ringtone, games &amp; wallpaper</li> </ul>
4	simPATI loop	Produk yang menawarkan Paket internet dan Blackberry	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet</li> <li>• BBM</li> <li>• SMS</li> <li>• Nelpon</li> </ul>

5	Paket TAU	program yang dikemas oleh Telkomsel dengan menggandeng brand-brand smartphone Android untuk memberikan benefit khusus	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet Murah &amp; Mudah</li> <li>• Internet Stabil</li> </ul>
---	-----------	---	---

**Sumber: PT. Telkomsel**

Berbagai macam variant yang dikeluarkan oleh SIM Card simPATI pada tabel diatas menunjukkan bahwa SIM Card simPATI telah memberikan merek dan jenis yang ada untuk kemudahan para konsumennya memutuskan produk mana yang akan dibeli dan selanjutnya akan diteruskan dengan persentase penjualan sebagai berikut :

**Tabel 1.3**

**Data penjualan Sim Card Simpati Tahun 2011 s/d 2015**

Tahun	Target Card Simpati	Penjualan SIM Rp.	Realisasi Card Simpati	Penjualan SIM Rp.	Persentasi (%) target penjualan
2011	34.500 pcs	158.000.000	28.750 pcs	Rp. 148.750.000	92 %
2012	35.400 pcs	167.000.000	29.250 pcs	RP. 172.250.000	105,3 %
2013	39.200 pcs	176.000.000	31.150 pcs	Rp. 166.750.000	94,2 %
2014	40.400 pcs	192.000.000	35.125 pcs	Rp. 175.625.000	91,4 %
2015	56.200 pcs	200.000.000	36.100 pcs	Rp. 186.000.000	95,4 %
Total	205.700 pcs	Rp. 893.000.000	160.375 pcs	Rp. 843.375.000	98,3 %

**Sumber: PT. Telkomsel**

Data pada tabel 3 dapat terlihat data penjualan SIM Card Simpati yang terus meningkat. Penjualan terendah SIM Card Simpati pada tahun

2011 yaitu sebesar Rp. 148.750.000, sedangkan penjualan tertinggi SIM Card Simpati pada tahun 2015 yaitu sebesar Rp. 186.000.000. Namun penjualan tersebut belum mencapai target yang di harapkan. Hal ini di sebabkan karena adanya persaingan harga serta inovasi dari operator lain.

Salah satu kekuatan penting dari sebuah produk di dalam persaingan adalah merek, karena merek inilah yang menjadi daya pembeda dengan produk lain. Merek pada dasarnya dibangun sebagai sebuah label dari kepemilikan. Merek yang kuat dapat mendorong kesuksesan dalam kompetisi dan merek menjadi aset organisasi yang paling berharga. (Kotler & Armstrong, 2009) mengemukakan dalam bukunya bahwa Citra Merek adalah seperangkat keyakinan konsumen mengenai merek tertentu. (Winardi, 2009) juga mendefinisikan Citra Merek adalah merupakan suatu kompleks simbol-simbol dan arti yang berkaitan dengan merek yang diminati dan diperhatikan oleh konsumen akan produk-produk yang mereka beli atau pakai.

( Joseph Plummer, 2001), citra merek terdiri dari tiga komponen yaitu:

- a. Atribut Produk (Product Attributes) : yang merupakan hal-hal yang berkaitan dengan merek tersebut sendiri seperti, kemasan, isi produk, harga, rasa, dll;
- b. Keuntungan Konsumen (Consumer Benefits) : yang merupakan kegunaan produk dari merek tersebut.
- c. Kepribadian Merek (Brand Personality) : merupakan asosiasi yang membayangkan mengenai kepribadian sebuah merek apabila merek tersebut

seorang manusia. (Kotler, 2009) mendefinisikan citra merek sebagai persepsi mengenai sebuah merek sebagaimana direfleksikan oleh asosiasi merek yang terdapat dalam benak konsumen. Citra merek terdiri dari komponen-komponen :

a. Atribut (Attributes)

Atribut merupakan ciri-ciri deskriptif tentang suatu barang. Atribut dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu bahan-bahan yang dibutuhkan untuk membuat suatu barang atau jasa dapat dilihat oleh konsumen (product relatives attributes) dan aspek-aspek eksternal dari suatu barang atau jasa yang dihubungkan dengan pembelian dan pemakaiannya, serta tidak lagi berhubungan dengan kinerja produk (non product relatives attributes). Atribut memberikan manfaat rasional bagi konsumen. Keuntungan (Benefits) adalah apa saja yang dapat dilakukan dan diberikan oleh suatu produk, yang meliputi fungsional, simbolis dan pengalaman. Keuntungan memberikan manfaat secara psikologis bagi konsumen. Attitudes adalah sikap dan pendirian konsumen tentang suatu merek yang didasari oleh evaluasi merek secara keseluruhan. Sikap dapat menunjukkan citra atau kepribadian konsumen (Kotler, 2008). Manfaat merek terdiri atas manfaat fungsional dan emosional. Pada tingkat yang lebih tinggi, terdapat keyakinan dan nilai (belief and value) yang berkaitan dengan kebanggaan (proud), kemantapan diri (self-esteem), keyakinan (believe), dan kebahagiaan (happiness) yang dipenuhi atau dijanjikan oleh merek. Sikap merupakan asosiasi merek yang paling abstrak dan merupakan asosiasi tingkat tinggi. Asosiasi ini terbentuk dari gabungan asosiasi atribut dan manfaat yang diciptakan.



Asosiasi dan kesan yang terkait dengan merek tersebut akan semakin meningkat dengan semakin banyaknya pengalaman mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu merek atau dengan semakin seringnya penampakan merek tersebut dalam strategi komunikasinya. Suatu merek yang telah mapan akan memiliki posisi menonjol dalam persaingan bila didukung oleh berbagai asosiasi yang kuat. Berbagai asosiasi merek yang kuat akan saling berhubungan akan menimbulkan suatu rangkaian yang disebut citra merek. Merupakan pendefinisian deskriptif tentang fitur-fitur yang ada dalam sebuah produk atau jasa.

1. Atribut produk (Product related attributes) :

Didefinisikan sebagai bahan-bahan yang diperlukan agar fungsi produk yang dicari konsumen dapat bekerja. Berhubungan dengan komposisi fisik atau persyaratan dari suatu jasa yang ditawarkan, dapat berfungsi.

2. Atribut non-produk (Non product related attributes

Merupakan aspek eksternal dari suatu produk yang berhubungan dengan pembelian dan konsumsi suatu produk atau jasa. Terdiri dari informasi tentang harga, kemasan dan desain produk, orang, per group atau selebriti yang menggunakan produk atau tersebut, bagaimana dan dimana produk atau jasa itu digunakan.

b. Keuntungan (benefit)

Nilai personal yang dikaitkan oleh konsumen pada atribut-atribut produk atau jasa tersebut :

1). Functional benefits

berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan dasar seperti kebutuhan dasar keamanan atau pemecahan masalah.

2). Experiential benefits

berhubungan dengan perasaan yang muncul dengan menggunakan suatu produk atau jasa. Keuntungan ini memuaskan kebutuhan bereksperimen seperti kepuasan sensori, penemuan variasi, dan stimulasi kognitif.

3). Symbolic benefits

berhubungan dengan kebutuhan akan persetujuan sosial atau ekspresi personal dan self-esteem seseorang. Konsumen akan menghargai nilai-nilai prestise, eksklusivitas dan gaya fashion dari sebuah merek karena hal hal ini berhubungan dengan konsep diri mereka. .

Produk yang berkualitas akan membuat loyal konsumen, konsumen yang loyal merupakan kunci sukses suatu bisnis atau usaha. Mempertahankan konsumen yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan pelanggan yang Baru. Hal ini disebabkan bahwa untuk merekut atau mendapatkan pelanggan Baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas konsumen yang loyal atau pelanggan secara begitu saja. Dari uraian tersebut di atas maka penulis menentukan judul penelitian ini adalah **Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sim Card Simpati Di Kota Palembang**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian di atas maka permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini antara lain :

1. Berapa besar pengaruh citra merek, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian produk *Sim Card simPATI* ?
2. Faktor apa yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli provider *Sim Card simPATI*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan yang telah dikemukakan diatas maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian *Sim Card simPATI*.
2. Untuk mengetahui faktor yang dominan mempengaruhi pembelian provider *Sim Card simPATI*.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Pihak-pihak yang dimaksudkan antara lain adalah:

### **I. Manfaat praktis**

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam rangka menentukan strategi pemasaran untuk lebih meningkatkan tingkat

penjualan. Selain itu bermanfaat pula untuk mengetahui faktor manakah yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

## 2. Manfaat teoritis

Menambah wawasan dan referensi perpustakaan mengenai ilmu pengetahuan di bidang pemasaran yaitu pengaruh citra merek, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, 2009, *Manajemen Pemasaran Modern*, Penebit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Berman, B. Barry & Evans Joel R. 2007. *Retailing Management and Strategic*.
- Kinney, C. Thomas. dan Taylor, James R., 2009, *Riset Pemasaran*, Edisi Ketiga, Terjemahan, Yohannes Lanarto dan Agus Maulana, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, p dan Amstrong. 2009. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke 8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, phillip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta.
- Lamb, Charles. W. et.a1. 2008. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Lytle, Jhon F. 1996. *Cara Jitu Memuaskan Pelanggan ( What Do Your Customers Really wants)* Terjemahan Agus Sharno. Abdi Tandur. Jakarta.
- Winardi, 2007, *Motivasi dan Pemasaran dalam Manajemen*, Cetakan Pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mowen. H. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta.
- Pupowarsito, H. A. 2008. *Metodologi Penelitian Dengan Aplikasi*. Penerbit Humaniora. Bandung



- Kotler, Philip (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Edisi 1. Cetakan Kedelapan. BPFE. Yogyakarta
- Cravens, D.W. and Piercy, N.F.(2006). *Strategic Marketing*, (8<sup>th</sup> ed.). NY: Mc Graw Hill
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta
- Edwin B. Flippo, 2002. *Personel Management (Manajemen Personalia)*, Edisi VII Jilid II, Terjemahan Alfonso, Erlangga, Jakarta
- Sugiyono (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Cetakan kedelapan belas, Bandung: Alfabeta
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Winardi, 2007, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*, Cetakan Pertama, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.