

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU INTERNET TELKOMSEL
(Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto
Tahun Akademik 2020/2021)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh:
RIZKA AMELIA
NIM. 1323203023**

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KARTU INTERNET TELKOMSEL
(Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto
Tahun Akademik 2020/2021)**

Oleh:

Rizka Amelia

NIM. 1323203023

Email: riz.amelia1603@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Semakin pesatnya penggunaan alat komunikasi seperti *handphone* tidak dapat di jauhkan dengan penggunaan paket data internet. Apalagi sekarang dunia sedang dihadapkan dengan pandemi *Covid-19* yang mengakibatkan bekerja, beribadah dan belajar dari rumah. Telkomsel berhasil dinobatkan sebagai operator seluler yang menawarkan performa internet terbaik secara keseluruhan. Kualitas produk, harga dan citra merek merupakan tiga komponen penting di dalam sebuah kegiatan pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara simultan ataupun parsial terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2020/2021. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *puposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan melalui korelasi *rank spearman*, koefisien *konkordansi Kendall W* dan analisis regresi ordinal dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Berdasarkan analisis korelasi *rank spearman*, disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto. Hasil korelasi Konkordansi Kendall W menunjukkan hasil sebesar 0.927 menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian, dengan arah yang positif. Pengujian regresi ordinal tabel *Model Fitting Information* menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2020/2021.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND
BRAND IMAGE ON THE PURCHASING DECISION OF
TELKOMSEL INTERNET CARD**
(Case Study for College Students in the academic periode of 2020/2021
at IAIN Purwokerto)

By:

Rizka Amelia

SIN. 1323203023

Email: riz.amelia1603@gmail.com

Department of Islamic Economics Faculty of Islamic Economics and Business
State Institue on Islamic Studies (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

The more rapid use of communication tools such as mobile phones cannot be kept away by using internet data packages. Especially now that the world is being held with the Covid-19 pandemic which has resulted in working, studying and worshipping from home. Telkomsel has been successfully named as the cellular operator that offers the best overall internet performance. Product quality, price and brand image are three important components in a marketing activity that influence consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine whether product quality, price and brand image simultaneously or partially influence the purchasing decisions of Telkomsel internet cards for IAIN Purwokerto students.

This research uses quantitative research methods. The population in this study were students of IAIN Purwokerto Academic Year 2020/2021. The number of samples used was 100 students. The sampling method used was purposive sampling with data collection techniques using a questionnaire. Data analysis was performed through Spearman rank correlation, Kendall W concordance coefficient and ordinal regression analysis using SPSS (Statistical Product and Service Solution) application tools.

Based on the Spearman rank correlation analysis, it is concluded that partially the product quality, price and brand image have a positive effect on purchasing decisions for Telkomsel internet cards on IAIN Purwokerto students. The Kendall W concordance correlation results showed a result of 0.927 indicating a very strong correlation between product quality, price, brand image and purchasing decisions, in a positive direction. The ordinal regression test of the Fitting Information Model table shows that the three independent variables, namely product quality, price and brand image simultaneously have an influence on Telkomsel internet card purchasing decisions for IAIN Purwokerto students in the Academic Year 2020/2021.

Keywords: Product Quality, Price, Brand Image and Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	15
B. Kajian Pustaka	30
C. Kerangka Pemikiran.....	34
D. Hubungan Pengaruh Antar Variabel.....	35
E. Rumusan Hipotesis	36
F. Landasan Teologis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
D. Variabel dan Indikator Penelitian	42
E. Pengumpulan Data Penelitian	47
F. Uji Instrumen Data Penelitian	51
G. Metode Analisis Data	53
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	57
B. Karakteristik Responden	60
C. Uji Instrumen Data.....	62
D. Hasil Uji Analisis Data.....	66
1. Hasil Uji Korelasi <i>Rank Spearman</i>	66
2. Koefisien <i>Konkordansi Kendall W</i>	69
3. Hasil Uji Regresi Ordinal.....	71
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	84
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	93
B. Saran-Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang memiliki banyak penduduk yang cukup konsumtif di berbagai aspek. Dengan banyaknya penduduk yang dimiliki Indonesia, menjadikannya pasar yang cukup potensial bagi berbagai jenis produk. Salah satunya adalah bidang komunikasi. Setiap orang membutuhkan komunikasi dengan orang lain untuk berbagai kepentingan, seperti kepentingan bisnis maupun keluarga. Salah satu media komunikasi yang paling penting saat ini adalah telepon seluler atau yang sering disebut *handphone*. Hampir setiap orang memilikinya, bahkan 1 orang bisa mempunyai lebih dari 1 *handphone* (Ardiansyah, 2018:1). Telepon seluler adalah sebuah perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (<https://teknologimu.blogspot.com/2012/09/sejarah-handphone-dan-perkembangannya.html>).

Semakin bertambahnya penggunaan *smartphone* oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia tidak dapat dijauhkan dengan penggunaan paket data internet atau yang biasa kita kenal dengan paket kuota. *International network* atau yang biasa disebut internet dewasa ini menjadi sesuatu yang sangat berharga dan familiar di dunia ini. Dengan internet, seseorang dapat dengan mudah mencari informasi, berkomunikasi jarak jauh dengan orang lain melalui situs jejaring sosial, berbisnis, bermain *game* dan melakukan banyak hal-hal lainnya. Di wilayah perkotaan maupun pedesaan, layanan internet sudah menjadi sebuah kebutuhan yang kian membesar.

Menurut informasi yang di dapatkan dari platform media sosial Kanada, *Hootsuite*, bekerjasama dengan *We Are Social*, diketahui bahwa pengguna *Mobile* (ponsel pintar dan tablet) untuk Indonesia dari total populasi sebanyak 272,1 juta penduduk, penggunaan internet mencapai 175,4 juta jiwa.

Sedangkan jumlah *smartphone* yang terkoneksi mencapai 338,2 juta unit, hampir dua kali lipat jumlah pengguna internet. Hal ini menandakan bahwa hampir rata-rata orang Indonesia punya lebih dari satu *smartphone* (m.cyberthreat.id)

Gambar 1.1
Pengguna Internet Indonesia dalam Angka 2020



(Sumber: m.cyberthreat.id)

Seperti diketahui, beberapa perusahaan bersaing untuk mengeluarkan atau menawarkan paketan internet yang telah terisi kuota atau yang bisa disebut paketan sekali pakai. Perusahaan jasa telekomunikasi berlomba menawarkan produk mereka dengan berbagai fitur yang dibutuhkan oleh konsumen. Jon Carlos dalam Desi dan Sri (2020: 110) menyatakan bahwa persaingan bisnis yang ada semakin ketat, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Di Indonesia sendiri jasa layanan telekomunikasi dikuasai oleh 3 provider yaitu Telkomsel, Indosat dan XL. Keadaan ini tentu saja memicu persaingan antar provider. Dengan banyaknya kartu paketan yang tersebar di pasaran membuat perusahaan jasa telekomunikasi berlomba lomba untuk menawarkan berbagai macam produk internet untuk merebut pangsa pasar. Salah satunya adalah perdana yang telah terisi kuota internet atau bisa

disebut paketan sekali pakai. Paketan sekali pakai yang beredar di pasaran menjadi salah satu produk yang dicari oleh konsumen, selain karena harga yang relatif murah dari isi ulang paketan biasa (Desi Mega Sari dan Sri Susilowati, 2020).

Berdasarkan informasi dari HarianJogja.com, pada kuartal III/2020, operator seluler mencatatkan pertumbuhan jumlah pelanggan yang signifikan. Dalam pertumbuhan ini, tidak ada akuisisi pelanggan operator lain karena seluruh operator mencatatkan pertumbuhan. PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) mencatatkan jumlah pelanggan sebanyak 170,1 juta pelanggan pada kuartal III/2020, bertambah 10,1 juta pelanggan dibandingkan dengan kuartal II/2020. Sementara itu, PT Indosat Tbk. memiliki 60,4 juta pelanggan pada kuartal III/2020, bertambah 3,2 juta pelanggan secara kuartal. Adapun PT XL Axiata Tbk membukukan 56,8 juta pelanggan pada kuartal III/2020, naik 1,2 juta pelanggan, didorong oleh sejumlah strategi penjualan (<https://ekbis.harianjogja.com/read/2020/11/09/502/1054800/wow-pengguna-telkomsel-indosat-xl-bertambah-pesat-ini-penyebabnya>).

Di zaman modern ini, dunia pemasaran tidak pernah luput dari yang namanya persaingan. Salah satu syarat yang harus dipenuhi suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah perusahaan mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen (Abdurrahman Fauzi Bachmid, Altje L. Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu, 2016).

Produsen dituntut untuk tidak hanya sekedar menciptakan produk tetapi juga harus memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut dibutuhkan produsen untuk mampu bersaing dengan produsen lain. Dengan memahami perilaku konsumen, maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Beberapa faktor yang dapat

mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu citra merek, harga dan kualitas produk (Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, 2017).

Citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang dimaksud (Ratri, 2007). Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, 2017). Janita dkk dalam Yudi (2020: 95) menjelaskan bahwa semakin kuat *brand image* di benak pelanggan, maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan untuk menentukan keputusan pembelian terhadap produk yang dibelinya. Sehingga hal tersebut dapat mengantar sebuah perusahaan untuk tetap berkembang mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Persaingan semakin meningkat diantara merek-merek yang beroperasi di pasar. Hanya produk yang memiliki *brand image* yang kuat yang tetap mampu bersaing dan mampu menguasai pasar (Yudi Irawan Abi, 2020).

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen berikutnya yaitu harga. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa (Alma, 2007). Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Selain itu, menurut Widjaja dalam Desi dan Sri (2020: 110-111), harga juga akan menjadi penentu, seperti halnya jika harga tinggi maka dapat dipersepsikan dengan kualitas yang tinggi dan tentunya akan dapat mempengaruhi kurva *demand* yang besar (Desi Mega Sari dan Sri Susilowati, 2020).

Kualitas produk menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam menciptakan sebuah produk. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan harus senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan

kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas, perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar (Yudi Irawan Abi, 2020). Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler dan Armstrong, 2008). Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu (Lupiyoadi, 2008). Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya (Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, 2017).

Telkomsel adalah salah satu provider terbesar baik ditinjau dari jumlah pelanggan maupun jumlah pendapatan yang diperoleh. Penerapan teknologi seluler terkini sudah menjadi bagian dari jati diri Telkomsel. Setelah menjadi yang pertama dalam menghadirkan jaringan 2G, 3G dan 4G LTE pertama di Indonesia, Telkomsel siap menjadi yang terdepan dalam menyambut kedatangan jaringan 5G. Menjadi yang pertama dalam menghadirkan uji coba layanan 5G di Indonesia sebagai upaya dalam menyukseskan inisiatif pemerintah menuju *Making* Indonesia 4.0 sebagai bentuk kesiapan negeri menghadapi Revolusi Industri 4.0. Sebagai pilihan utama masyarakat Indonesia atas berbagai kebutuhan layanan gaya hidup serba digital, Telkomsel terus berinovasi menghadirkan beragam *channel* pelayanan yang mudah dijangkau masyarakat melalui aplikasi MyTelkomsel, Asisten Virtual Telkomsel, layanan Call Center 24 jam dan kehadiran GraPARI di seluruh wilayah Indonesia (<https://www.telkomsel.com/about-us/our-story/our-history>).

Telkomsel bergerak di bidang komunikasi dan menawarkan berbagai macam perdana, antara lain adalah Simpati, kartuHalo, Kartu As dan Loop.

Perusahaan ini tidak hanya berpacu pada keuntungan semata akan tetapi perusahaan ini berupaya untuk dapat meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Telkomsel sebagai salah satu provider yang memiliki jumlah pelanggan terbesar menyadari peran penting akan kualitas. Hal tersebut diwujudkan dengan meningkatkan kualitas jaringan dan kualitas pelayanan dengan memberikan kemudahan yang disediakan bagi pelanggan maupun calon pelanggan. Layanan internet yang ditawarkan oleh perusahaan jasa telekomunikasi mempunyai kelebihan dan kekurangan. Sebagai contoh tarif atau harga yang ditawarkan oleh Telkomsel yang bisa di bilang mahal dengan kuota yang relatif sedikit (Desi Mega Sari dan Sri Susilowati, 2020: 110). Berikut daftar harga paket dari masing-masing provider telekomunikasi terbesar di Indonesia:

Gambar 1.2
Daftar Harga Paket Provider Telekomunikasi

TELKOMSEL PAKET INTERNET		RINCIAN KUOTA				MASA BERLAKU	Harga
KODE	Kuota Utama	Kuota OMG	Bonus 4G*	Malam			
SD3GB	3 GB	1 GB	-	-	30 Hari	44,050	
SD5GB	5 GB	2 GB	-	-	30 Hari	72,050	
SD12GB	12 GB	2 GB	-	-	30 Hari	112,050	
SD5GBMALAM	-	-	-	5 GB	30 Hari	17,050	
SD30MLBB	1 GB + Youtube	30 GB Mobile Legends	+ Bonus 56 Diamonds	-	30 Hari	24,050	
SD30FF	1 GB + Youtube	30 GB Free Fire	+ Bonus 140 Diamonds	-	30 Hari	48,550	

**Turun!*

* Kuota yang didapat dapat berubah sewaktu-waktu sesuai zona masing-masing
 * Kuota OMG = Youtube, Facebook, Instagram, Maxstream, HOOQ, VIU, Iflix, BeinSport, Nickelodeon
 * Kuota OMG akan terkonsumsi terlebih dahulu saat mengakses aplikasi diatas.
 * Klaim Bonus diamond = *363*678#

INDOSAT PAKET INTERNET		RINCIAN KUOTA				MASA BERLAKU	Harga
KODE	Total Kuota	Kuota Utama	Bonus				
ID1GBMINI	1 GB	1 GB	Unlimited Apps	-	7 Hari	10,425	
ID1GB	1 GB	1 GB	Unlimited Apps	-	30 Hari	25,550	
ID2GB	2 GB	2 GB	Unlimited Apps	-	30 Hari	40,650	
ID3GB	3 GB	3 GB	Unl Apps + Youtube	-	30 Hari	60,650	
ID7GB	7 GB	7 GB	Unl Apps + Youtube + IG	-	30 Hari	80,550	
FID2GB	2GB	2GB	-	-	15 Hari	16,550	
FID3GB	3GB	3GB	-	-	30 Hari	26,550	
FID10GB	10GB	10GB	-	-	30 Hari	51,550	
FID18GB	18GB	18GB	-	-	30 Hari	76,550	
FID25GB	25GB	25GB	-	-	30 Hari	101,550	

**Turun!*

Kuota Apps meliputi : WA, FB, Twitter, Grab, Gojek, FB messenger, Line, iflix, Spotify

KODE	Telp Sesama	Telp All Opt	Masa Aktif	Harga
SPS	370 Menit	30 Menit	3 Hari	15,550
SPM	550 Menit	50 Menit	7 Hari	20,650
SPL	2000 Menit	100 Menit	30 Hari	61,050
SPXL	6250 Menit	250 Menit	30 Hari	96,050

**Turun!*

KODE	Telp Sesama	Telp All Opt	Masa Aktif	Harga
IT1	1000 Menit	-	1 Hari	3,050
IT30	Unlimited	250 Menit	30 Hari	51,050

**Turun!*

KODE	Telp Sesama	Telp All Opt	Masa Aktif	Harga
TPM	-	60 Menit	30 Hari	15,250
TPL	-	150 Menit	30 Hari	29,850

**Turun!*

THREE PAKET INTERNET		Masa Berlaku	Harga
KODE	Kuota Utama		
TGB1	1 GB	Mengikuti Masa Aktif Kartu	14,950
TGB2	2 GB		18,900
TGB3	3 GB		26,400
TGB6	6 GB		35,400
TGB8	8 GB		45,450

**Turun!*

AXIS PAKET INTERNET		MASA	Harga
KODE	Kuota Utama		
AX1GB	1 GB	30 Hari	15,550
AX2GB	2 GB	30 Hari	24,750
AX3GB	3 GB	30 Hari	30,450
AX5GB	5 GB	30 Hari	44,450
AX2PLUS	1 GB + 1GB (4G)	30 Hari	21,950
AX4PLUS	1 GB + 3 GB (4G)	30 Hari	33,950
AX8PLUS	2 GB + 6 GB (4G)	30 Hari	53,950
AX12PLUS	3 GB + 9 GB (4G)	30 Hari	68,950

**Turun!*

XL PAKET INTERNET		Detail Kuota	Harga
KODE			
XC10	5 GB + 5 GB Youtube + 20 menit tlp		55,250
XC20	10 GB + 10 GB Youtube + 40 menit tlp		82,250
XC30	15 GB + 15 GB Youtube + 60 menit tlp		113,750
XC40	20 GB + 20 GB Youtube + 100 menit tlp		161,050

**Turun!*

SMARTFREN PAKET INTERNET		Detail Kuota	Harga
KODE			
SM4GB	1.5 GB Reguler + 1.5GB Malam + 1GB Chat		11,050
SM16GB	8 GB + 8 GB Malam		41,800
SM60UNL	Unlimited 30 Hari (FUP 1GB/Hari)		76,050

**Turun!*

TOPUP OVO		GOPAY PENUMPANG	
KODE	Harga	KODE	Harga
OVO20	21,400	GP10	11,250
OVO25	26,400	GP20	21,250
OVO50	51,400	GP50	51,250
OVO100	100,400	GP75	76,250
OVO200	201,400	GP100	101,250
OVO500	501,400		

CARA TRANSAKSI :
KodeProduk.NoHpTujuan.Pin
 Contoh : ID1GB.085755XXXXXX.1234
 Kirim format ke SMS Center / Hangout Center / Whatsapp Center
Harga dapat berubah sewaktu waktu

(Sumber: <http://www.planetpulsaindonesia.com/p/daftar-harga.html>)

Seperti halnya merek Telkomsel yang dikenal luas oleh konsumen, dari hasil pengamatan, Telkomsel terkenal sebagai merek kartu seluler yang diakui memiliki kualitas dengan patokan harga yang relatif lebih mahal dibandingkan dengan kartu seluler merek lain. Dari sini dapat dilihat bahwa Telkomsel dalam menghadapi kompetisi dengan kompetitornya tidak dengan menawarkan harga yang lebih murah, namun lebih menjual kualitas dengan mengedepankan kekuatan merek yang dimilikinya, sehingga memberikan keyakinan pada konsumen. Seiring dengan perkembangan persaingan antar produsen, kartu Telkomsel diproduksi dengan berbagai macam keunggulan seperti memberikan layanan dengan fitur-fitur yang menarik yang bertujuan untuk menaikkan volume penjualan dan untuk mempertahankan pangsa pasar yang telah diperolehnya. Disinilah peran penting dari citra merek untuk meraih pangsa pasar yang diharapkan oleh perusahaan (Gek Ayu Winda Natha Sastha P dan Aditya Wardhana, 2016).

Untuk saat ini, Telkomsel berhasil dinobatkan sebagai operator seluler yang menawarkan performa internet terbaik secara keseluruhan. Hal ini berdasarkan dari riset yang telah dilakukan oleh nPerf yang bertajuk, "*Barometer of Mobile Internet Connections in Indonesia*" untuk tahun 2019. nPerf merupakan sebuah aplikasi *speedtest* untuk android dengan perbedaan. Ini tidak hanya menguji *download* dan kecepatan *upload*, melainkan seluruh kinerja koneksi jaringan, baik itu 3G, 4G atau wifi. nPerf kompatibel dengan semua *broadband* dan koneksi *mobile*: ADSL, VDSL, kabel, serat optik FTTH/FTTB, satelit, wifi, wimax, seluler 2G/3G/4G (LTE). Adapun data dalam riset tersebut dihasilkan dari 401.816 hasil pengujian yang dilakukan oleh para pengguna nPerf sepanjang tahun lalu. Ada enam aspek yang diukur oleh nPerf, mencakup *success ratio* (angka sukses hasil pengujian), *download bitrate* (kecepatan unduh), *upload bitrate* (kecepatan unggah), *latency* (tingkat kestabilan internet), serta pengalaman *browsing* dan streaming YouTube.

Berdasarkan data nPerf, Telkomsel dinobatkan sebagai operator seluler yang menawarkan performa internet terbaik secara keseluruhan, dengan nilai mencapai 35.499 poin. Operator pelat merah tersebut dibuntuti dengan operator

XL, Tri, Smartfren, dan IM3 Ooredoo, dengan masing-masing nilai keseluruhan 28.384, 23.190, 23.107, dan 19.839 poin. Meski Telkomsel unggul secara keseluruhan, Smartfren menjadi operator seluler yang memiliki kecepatan *download* rata-rata paling kencang, dengan angka 10,62 Mbps, sedikit unggul dari kecepatan *download* rata-rata Telkomsel dengan 9,96 Mbps. Kendati demikian, Smartfren harus rela memberikan mahkota di aspek kecepatan *upload*. Pasalnya, Telkomsel jauh lebih unggul dengan angka kecepatan unggah rata-rata di angka 7,89 Mbps, dimana Smartfren sendiri memiliki kecepatan upload 3,94 Mbps.

Selain *upload*, Telkomsel juga dominan di aspek pengalaman *browsing* dan *streaming*, dengan masing-masing tingkat performa 37,4 persen dan 71,5 persen. Adapun tingkat rata-rata performa *browsing* dinilai dari berapa lama sebuah situs dimuat, sementara performa *streaming* diambil dari berapa lama sebuah video di YouTube dimuat berikut kelancaran proses *buffering*. Operator XL sendiri unggul di ranah tingkat kestabilan internet, dengan tingkat *latency* rata-rata 62 m/s. (<https://infokomputer.grid.id/read/122043118/siapakah-jaringan-operator-seluler-terbaik-di-indonesia-saat-ini?page=all>).

Gambar 1.3
Summary Table of the nPerf Barometer 2019

Summary table of the nPerf barometer 2019
Mobile data connections in Indonesia

	3 Tri	Indosat Ooredoo	Smartfren	TELKOMSEL	XL Axiata
Success ratio	80.27 %	74.27 %	74.24 %	80.05 %	78.38 %
Download bitrate	4.81 Mb/s	5.79 Mb/s	10.62 Mb/s	9.96 Mb/s	7.07 Mb/s
Upload bitrate	4.98 Mb/s	5.09 Mb/s	3.94 Mb/s	7.89 Mb/s	5.67 Mb/s
Latency	66.30 ms	84.52 ms	64.89 ms	65.63 ms	62.02 ms
Browsing <small>(performance ratio)</small>	32.29 %	25.41 %	24.37 %	37.46 %	30.56 %
Streaming YouTube <small>(performance ratio)</small>	59.92 %	53.95 %	51.34 %	71.49 %	67.04 %
2G/3G/4G Score nPerf *	23 190 nPoints	19 839 nPoints	23 107 nPoints	35 499 nPoints	28 384 nPoints

* The formula for calculating the score has changed since 1 January 2018, so the values are not comparable with those of previous publications. See details in the publication.

(Sumber: *kompas.com*)

Saat ini, dunia digegerkan oleh wabah *Virus Corona* atau *Covid-19*, tak terkecuali Indonesia. Pemerintah Indonesia telah mengambil sejumlah kebijakan untuk memutus rantai penularan *Covid-19*. Kebijakan utamanya

adalah memprioritaskan kesehatan dan keselamatan rakyat. Bekerja, beribadah dan belajar dari rumah. UNESCO menyebutkan bahwa pandemi *Covid-19* mengancam 577.305.660 pelajar dari pendidikan pra-sekolah dasar hingga menengah atas dan 86.034.287 pelajar dari pendidikan tinggi di seluruh dunia. Seperti kebijakan yang diambil berbagai negara yang terdampak penyakit *covid-19*, Indonesia meliburkan seluruh aktivitas pendidikan. Hal tersebut membuat pemerintah dan lembaga terkait menghadirkan alternatif proses pendidikan bagi peserta didik dengan belajar mengajar jarak jauh atau belajar online atau belajar dari rumah dengan pendampingan orang tua. Penerapan kebijakan belajar mengajar jarak jauh dari rumah atau belajar *online* nampaknya tidak menjadi masalah bagi sebagian perguruan tinggi yang sudah memiliki sistem akademik berbasis daring. Menjadi masalah bagi sebagian perguruan tinggi lain yang tidak memiliki sistem tersebut (<https://surveymeter.org/id/node/568>).

Purwokerto merupakan ibukota Kabupaten Banyumas. Kota yang terletak di selatan Gunung Slamet ini, memiliki reputasi sebagai kota pelajar ke dua setelah Yogyakarta. Wajar jika Purwokerto menyandang gelar tersebut, karena kota ini memiliki banyak perguruan tinggi baik negeri maupun Swasta. Daftar perguruan tinggi baik negeri maupun swasta di Purwokerto antara lain Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP), Bina Sarana Informatika (BSI) Purwokerto, Politeknik Kesehatan KEMENKES Semarang. Purwokerto merupakan tempat yang strategis, nyaman dan sangat cocok untuk menimba ilmu, sehingga tak heran apabila setiap tahunnya dibanjiri mahasiswa dari berbagai pelosok Nusantara (<https://www.tribunnews.com/tribunners/2015/12/11/nikmatnya-kuliah-di-purwokerto>).

Namun, sebagai imbas adanya pandemi *covid-19*, tiga perguruan tinggi di Purwokerto, Kabupaten Banyumas menjalankan kuliah daring atau kuliah online untuk mahasiswanya untuk mengantisipasi menyebarnya virus *corona* (<https://www.liputan6.com/regional/read/4202698/imbis-virus-corona-3-perguruan-tinggi-di-purwokerto-gelar-kuliah-online>). Salah satu perguruan tinggi

tersebut yaitu IAIN Purwokerto yang bertempat di Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 40 A Purwanegara, Purwokerto Utara. Sebagaimana yang disampaikan Rektor IAIN Purwokerto bahwa untuk perkuliahan diganti dengan perkuliahan daring (<https://mediaindonesia.com/nusantara/296732/antisipasi-virus-korona-pt-di-purwokerto-mulai-kuliah-daring.html>). Sarana yang dapat digunakan sebagai media pembelajaran online antara lain *e-learning*, aplikasi *zoom*, *google classroom*, *youtube*, maupun media sosial *whatsapp* (<https://kseiian.purwokerto.org/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-sistem-pendidikan-di-indonesia/>).

Dari sebuah artikel Nurdin Cahyadi, S.Kom pada tanggal 17 Mei 2020 berjudul pengaruh *corona* terhadap dunia pendidikan, berdasarkan survey dan analisis yang dilakukannya melalui kegiatan *monev PJJ* di sekolah binaan, diperoleh beberapa faktor utama yang menjadi kendala dalam pelaksanaan pembelajaran dengan menggunakan teknologi, diantaranya adalah penguasaan teknologi, keterbatasan sarana prasarana, jaringan internet dan pembiayaan. (<https://disdik.purwakartakab.go.id/berita/detail/pengaruh-corona-terhadap-dunia-pendidikan?/berita/detail/pengaruh-corona-terhadap-dunia-pendidikan>).

Berdasarkan hasil survey tersebut, jaringan internet menjadi poin utama kendala pembelajaran daring yang dialami mahasiswa IAIN Purwokerto, diikuti pembiayaan yang dalam hal ini ialah biaya yang harus mereka keluarkan untuk membeli kartu internet. Hal tersebut berdasarkan wawancara penulis kepada sekitar 20 mahasiswa IAIN Purwokerto dari berbagai jurusan sebagai bahan rujukan penelitian penulis. Berdasarkan hasil wawancara, terkait kebutuhan jaringan internet, banyak mahasiswa yang sulit mendapatkan jaringan internet yang stabil. Bahkan ada yang masih belum terjangkau oleh jaringan tersebut. Letak geografis tempat tinggal mahasiswa berada pada posisi yang susah mendapatkan jaringan internet. Walaupun ada, sering tidak stabil sehingga menjadi kendala yang tidak bisa dipisahkan dari pembelajaran model daring yang kini banyak dipilih oleh sekolah-sekolah.

Menanggapi kendala tersebut, pembelian kartu internet Telkomsel menjadi salah satu solusi mahasiswa IAIN Purwokerto. Alasan pemilihan

Telkomsel pun bermacam-macam. Alasan utama mereka adalah jangkauan jaringan Telkomsel yang mampu menjangkau tempat tinggal mereka serta sinyal Telkomsel yang cepat dan lancar dibanding provider yang lain. Namun dari segi harga, banyak diantara mereka mengatakan bahwa kartu internet Telkomsel terkenal dengan harganya yang tergolong mahal dibandingkan dengan kartu operator lainnya. Selain itu, jumlah kuota yang mereka dapatkan dengan harga yang sama dengan provider lain lebih sedikit. Walaupun begitu, mereka tetap melakukan pembelian kartu internet Telkomsel dikarenakan kualitas Telkomsel yang bagus dan menjangkau banyak wilayah.

Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya *research gap* dalam penelitian-penelitian terdahulu, yaitu:

1. Hasil penelitian Inti Bintang Fortuna Tahun 2018 yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek AQUA dalam prespektif Ekonomi Islam (studi pada konsumen air mineral dalam kemasan (AMDK)) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Inti Bintang Fortuna, 2018). Sedangkan hasil penelitian dari Trya Fattika Sari Tahun 2018 yang berjudul pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Pond's (studi kasus pada mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Trya Fattika Sari, 2018).
2. Hasil penelitian Bella Yunita dan Tandiyo Pradekso Tahun 2019 yang berjudul pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian paket internet smartfren Super 4G *Unlimited* menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Bella Yunita dan Tandiyo Pradekso, 2019). Sedangkan hasil penelitian dari Annisa Ristu Rahmawati Tahun 2016 yang berjudul pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk di Nurul Izza Yogyakarta menunjukkan bahwa citra merek

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Annisa Ristu Rahmawati, 2016).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU INTERNET TELKOMSEL (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2020/2021)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto?
3. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto?
4. Apakah kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh signifikansi kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto
- b. Untuk mengetahui pengaruh signifikansi harga terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto

- c. Untuk mengetahui pengaruh signifikansi citra merek terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto
- d. Untuk mengetahui pengaruh signifikansi kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah khazanah keilmuan tentang pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, serta diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi serta untuk pengembangan teori pada penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, hasil studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terutama kualitas produk, harga dan citra merek. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi industri untuk meningkatkan atau menarik perhatian terkait dengan pembelian konsumen terhadap layanan internet.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk dapat memperoleh gambaran dalam penyusunan serta memudahkan dalam mempelajari dan memahami penelitian ini, maka penulis memberikan sistematika penulisan yang dibagi menjadi lima bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan dijelaskan gambaran awal penelitian ini, yang meliputi latar belakang sebagai dasar pengambilan tema penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang disesuaikan dengan tema dan objek penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, hubungan pengaruh antar variabel, rumusan hipotesis dan landasan teologis.

BAB III METODE PENELITIAN

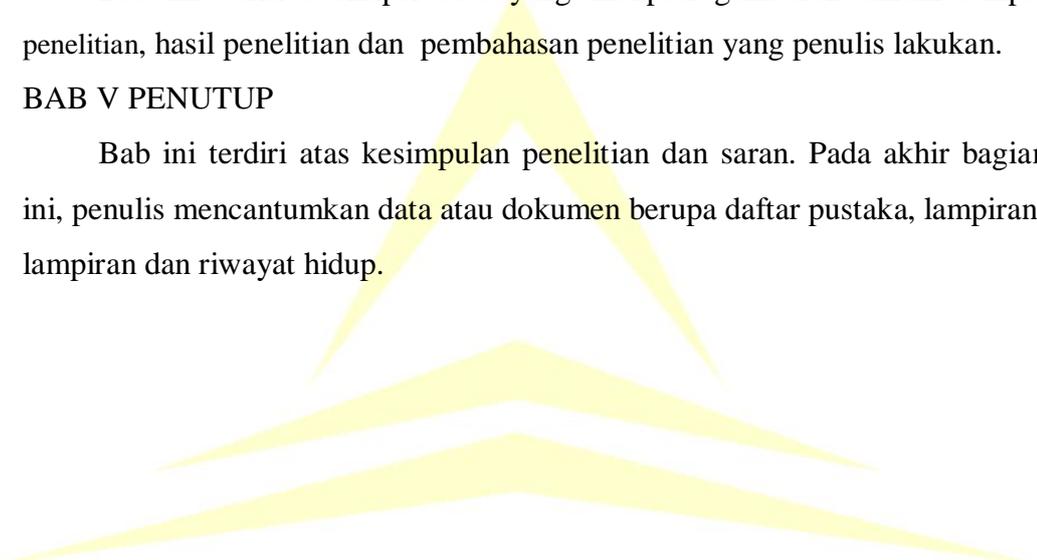
Bab ini berisi jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data penelitian, uji instrumen data penelitian dan metode analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi data yang meliputi gambaran umum tempat penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang penulis lakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri atas kesimpulan penelitian dan saran. Pada akhir bagian ini, penulis mencantumkan data atau dokumen berupa daftar pustaka, lampiran-lampiran dan riwayat hidup.



IAIN PURWOKERTO

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto secara simultan dan parsial. Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel independen kualitas produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,788 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto.
2. Variabel independen harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,662 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto.
3. Variabel independen citra merek (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,684 menggunakan α sebesar 0,05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,000, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto.
4. Variabel independen kualitas produk (X1), harga (X2), dan citra merek (X3) bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai konkordasi *Kendall W* sebesar 0,927 menunjukkan adanya korelasi yang

sangat kuat antara kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian. Variabel yang paling berpengaruh dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi yang diperoleh oleh kualitas produk (X3) yaitu sebesar 0,788 yang mana dalam hal ini menunjukkan kategori yang kuat. Dalam hal ini bisa diartikan bahwa tingkat keputusan pembelian kartu internet Telkomsel pada mahasiswa IAIN Purwokerto tergolong kuat.

B. Saran-Saran

Setelah mengambil kesimpulan dari penelitian ini, penulis ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Bagi perusahaan harus menetapkan harga yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi tetap menjaga citra baik dan kualitas produk yang sudah terbukti perusahaan miliki. Semakin baiknya kualitas produk serta sesuai dengan kebutuhan konsumen maka semakin tinggi keputusan mahasiswa maupun masyarakat untuk membeli kartu internet Telkomsel. Hal tersebut tentunya akan meningkatkan penjualan sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang sesuai dengan yang diharapkan.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain faktor kualitas produk, harga, dan citra merek yang akan mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Ombak.
- Isna, Alizar & Wartyo,. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Karim, Adiwarman A. 2016. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Prayatno, Duwi. 2011. *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*. Yogyakarta: Medikom.
- Rohman & Supriyanto. 2015. *Pengantar Statistika Panduan Praktis Bagi Pengajar dan Mahasiswa*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharno & Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Pendekatan Kuantitatif..* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

JURNAL DAN SKRIPSI

- Abi, Yudi Irawan. 2020. "Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KFC Di Kota Bengkulu", dalam *Jurnal Ilmiah Manajemen Volume 15.No.1*.
- Amilia, Suri dan M. Oloan Asmara. 2017. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa", dalam *Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.6, No.1*.
- Antonius, Ian dan Suharto, Sugiono. 2013. "Analisa pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincin Station Surabaya", dalam *Jurnal Manajemen Pemasaran. Volume 1. No. 2*.
- Ardiansyah, Muhammad Irfan. 2018. "Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kartu Perdana Simpati Pada Mahasiswa

- Universitas Muhammadiyah Surakarta”. *Skripsi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ardiyanti, Dwi Wahyu. 2016. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Matic Beat di Kota Semarang”. *Skripsi*. Universitas Dian Nuswantoro.
- Bachmid, Abdurrahman Fauzi. Altje L.Tumbel dan Jopie Jorie Rotinsulu. 2016. “Analisis Kualitas Produk, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel 4G Lte di Manado (Studi Kasus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Sam Ratulangi)”, dalam *Jurnal Emba Vol.4 No.4*.
- Efnita. 2017. “Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer”, dalam *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis Kewirausahaan, Vol. 2 Nomer 2*.
- Fauzi, Luqy Rif’an. 2019. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Telkomsel Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung”. *Skripsi*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Fernando, Made Fajar dan Aksari, Ni Made Asti. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar”, dalam *E Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7*.
- Fortuna, Inti Bintang. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA Dalam Prespektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) AQUA di Kota Bandar Lampung)”. *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Hakim, Lukmanul dan Dilla Ayu Lestari, Maris. 2018. “Analisis Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar Telkomsel”, dalam *Jurnal Equilibria Volume 5 No.2*.
- Irwanto, Agus, dkk. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Strategi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya pada Terbentuknya Word of Mouth di Perumahan Madani Group Jabodetabek”, dalam *Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. II, No.1*.
- Jayanti, Ratna Dwi. 2015. “Pengaruh Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang)”, dalam *Jurnal EKSIS Vol X No 1*.
- Kurnia Intan Devi, Lenggang. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya)”. *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Kurniawan, Rizki, Ratmono dan Septiana, Nani. 2018. “Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Data Internet Telkomsel Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro), dalam *Jurnal DINAMIKA Vol. 4 No. 2*.

- Lasajib, Indra Nanda Putra dan Emma Julianti. 2019. "Pengaruh Citra Merek, Iklan, Kualitas Yang Dirasa Terhadap Keputusan Pembelian SIM Card Telkomsel di Surabaya", dalam *Journal of Business and Banking Volume 9*.
- Manus, Fanly W. dan Bode Lumanauw. 2015. "Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat". *Jurnal EMBA*, Vol.3 No.2.
- Miranti, Afni. 2018. "Pengaruh Harga dan Daya Tarik Iklan Online Shop Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Kasus Mahasiswa Angkatan 2014-2017 IAIN Purwokerto)", *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- P, Gek Ayu Winda Natha Sastha dan Wardhana, Aditya. 2016. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Kartu Simpati Di Kota Denpasar)", dalam *e-Proceeding of Management: Vol.3, No.2*
- Prasastiningtyas, Tabhita Ratna. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler", dalam *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 7*.
- Priambudi, R. Panji Gita dan Setyowati, Endang. 2017. "Analisa Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Simpati Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya", dalam *Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 2, Nomor 2*.
- Rahmawati, Annisa Ristu. 2016. "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Nurul Izza Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. "Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Kota Yogyakarta". *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Roslina. 2010. "Citra Merek: Dimensi Proses Pengembangan Serta Pengukuran", dalam *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, vol.6:3.
- Sari, Desi Mega dan Susilowati, Sri. 2020. "Harga, Kualitas Produk dan Promosi Pada Kepuasan Pelanggan Seluler", dalam *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo Volume 27 Edition 3*.
- Sari, Trya Fattika. 2018. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara)". *Skripsi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Setiawan, Dymas Putra. 2019. "Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jangkauan Jaringan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Internet Telkomsel". *Skripsi*. Klaten: Universitas Widya Dharma.
- Zulaiah, Dewi. 2019. "Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indosat Ooredoo (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2018/2019)". *Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. 2016. "Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam", dalam *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2.

INTERNET

- Adam Rizal. 2020. "Siapakah Jaringan Operator Seluler Terbaik Di Indonesia Saat Ini?", diakses tanggal 14 Januari 2021 dari <https://infokomputer.grid.id/read/122043118/siapakah-jaringan-operator-seluler-terbaik-di-indonesia-saat-ini?page=all>, diakses pukul 12:43 WIB.
- Anggraeni, Pingky Setiyo. 2015. "Nikmatnya Kuliah Di Purwokerto", diakses tanggal 27 Januari 2021 dari <https://www.tribunnews.com/tribunners/2015/12/11/nikmatnya-kuliah-di-purwokerto>, diakses pukul 10.20 WIB.
- Cahyadi, Nurdin. 2020. "Pengaruh Corona Terhadap Dunia Pendidikan", diakses tanggal 15 Januari 2021 dari <https://disdik.purwakartakab.go.id/berita/detail/pengaruh-corona-terhadap-dunia-pendidikan?berita/detail/pengaruh-corona-terhadap-dunia-pendidikan>, diakses pukul 20.20 WIB.
- Dharmawan, Liliek. 2020. "Antisipasi Virus Korona, PT di Purwokerto Mulai Kuliah Daring", diakses tanggal 27 Januari 2021 dari, <https://media.indonesia.com/nusantara/296732/antisipasi-virus-korona-pt-di-purwokerto-mulai-kuliah-daring.html>, pukul 12.03 WIB.
- <https://idtesis.com/teori-lengkap-tentang-citra-merek-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-citra-merek/>), diakses pada tanggal 14 Januari 2020 pukul 01.00 WIB.
- <https://teknologi-mu.blogspot.com/2012/09/sejarah-handphone-dan-perkembangannya.html>, diakses pada tanggal 14 Januari 2021, pukul 09.00 WIB.
- iain.purwokerto.ac.id. "Sejarah IAIN Purwokerto", diakses tanggal 13 Januari 2021 dari <http://iain.purwokerto.ac.id/sejarah/>, diakses pukul 19:57 WIB.
- Jatmiko, Leo Dwi. 2020. "Wow, Pengguna Telkomsel, Indosat, XL Bertambah Pesat. Ini Penyebabnya...", diakses tanggal 25 Januari 2021 dari <https://ekbis.harianjogja.com/read/2020/11/09/502/1054800/wow-pengguna-telkomsel-indosat-xl-bertambah-pesat-ini-penyebabnya>, diakses pukul 22.48 WIB.
- Lelaelisa, Nur. 2020. "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sistem Pendidikan Di Indonesia", diakses tanggal 16 Januari 2021 dari <https://kseiain.purwokerto.org/dampak-pandemi-covid-19-terhadap-sistem-pendidikan-di-indonesia/>, diakses pukul 10.20 WIB.
- m.cyberthreat.id, dikases pada tanggal 3 Desember 2020 pukul 20.00 WIB.
- Prasetya, Aridha. 2013. "Jenis Data: Nominal, Ordinal, Interval Atau Rasio?". diakses tanggal 15 Januari 2021 dari <http://www.papanputih.com/2013/04/jenis-data-nominal-ordinal-interval.html?m=1>), diakses pukul 00.19 WIB.

- Pujiastuti, Setyo. 2020. “Dampak Covid-19 Terhadap Pendidikan Anak”, diakses tanggal 16 Januari 2021 dari <https://surveymeter.org/id/node/568>, diakses pukul 10.00 WIB.
- Riadi, Muchlisin. 2020. “Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan), diakses tanggal 06 Januari 2021 dari <https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>, diakses pukul 11.40 WIB.
- Telkomsel.com. “Mengakselerasikan Kemajuan Negeri”, diakses tanggal 25 Januari 2021 dari <https://www.telkomsel.com/about-us/our-story/our-history>, diakses pukul 23.05 WIB.
- Widura, Galoeh. 2020. “Imbas Virus Corona, 3 Perguruan Tinggi di Purwokerto Gelar Kuliah Online”, diakses tanggal 27 Januari 2021 dari <https://www.liputan6.com/regional/read/4202698/imbasp-virus-corona-3-perguruan-tinggi-di-purwokerto-gelar-kuliah-online>, diakses pukul 11.00 WIB.

