

**PENGARUH PERSEPSI *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *SIMCARD* PRABAYAR IM3
OOREDOO DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

DIKA ARISTA SURYATI

20141221004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA

2019

**PENGARUH PERSEPSI *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN *SIMCARD* PRABAYAR IM3
OOREDOO DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi
salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi

OLEH :

DIKA ARISTA SURYATI

20141221004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA**

2019

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bersedia bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dika Arista Suryati
NIM : 20141221004
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru, dan skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagian atas seluruhnya skripsi ini hasil menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, 11 Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Dika Arista Suryati

20141221004

Persetujuan Untuk Ujian Skripsi

**“Pengaruh Persepsi *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
Konsumen *Simcard* Prabayar IM3 Ooredoo di Surabaya”**

Oleh :

Dika Arista Suryati

20141221004

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 11 Juli 2019

Dosen Pembimbing I



Dr. Didin Fatihudin, S.E., M.Si.

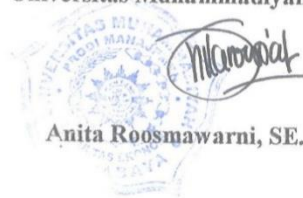
Dosen Pembimbing II



Dr. Mohammad Mochklas, S.Si., MM

Mengetahui :

Kaprodi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surabaya



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi telah diajukan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.
Judul : Pengaruh Persepsi *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap
Minat Beli Konsumen *Simcard* Prabayar IM3 Ooredoo Di Surabaya

Nama : Dika Arista Suryati

NIM : 20141221004

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammdiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal : Senin, 15 Juli 2019

Pukul : 15.00 - 16.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari :

Ketua Penguji :

Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM.

Anggota I

Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si

Anggota II

Dr. Mochammad Mochklas, S.Si., MM

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anna Marina, SE., M.Si, Ak, CA.

Kaprodi Manajemen



Anita Roosmawarni, SE., M.SE

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI BRAND IMAGE DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SIMCARD PRABAYAR IM3 OOREDOO DI SURABAYA

20141221004. Dika Arista Suryati. 2019. Pengaruh Persepsi *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Simcard Prabayar IM3 Ooredoo. Skripsi Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya. Pembimbing (I) : Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si (II) : Dr. Mochamad Mochlas, S.Si., MM

Indosat Ooredoo (lengkapnya PT. Indosat Tbk., sebelumnya bernama Indosat) adalah salah satu perusahaan penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon dengan pilihan prabayar maupun pascabayar dengan merek jual Matrix Ooredoo, Mentari Ooredoo dan IM3 Ooredoo. IM3 Ooredoo mampu merebut pangsa pasar yang luas terutama pada kalangan remaja, yang notabennya adalah pelajar dan mahasiswa. IM3 Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet, dan komunikasi data (MIDI = Multimedia, Internet, & Data *Communication services*).

Metode pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan datanya dengan kuesioner dan teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah 60 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji normalitas, uji hipotesis, uji F, dan uji t.

Data-data yang diolah dengan menggunakan program SPSS menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 2,422 + 0,421 X_1 + 0,289 X_2 + e$. Berdasarkan pengujian hipotesis hasil uji F menunjukkan bahwa variabel bebas yang meliputi *Brand Image* dan Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen. Sedangkan uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk adalah variabel yang berpengaruh secara dominan terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE CONSUMER INTEREST IN PREPAID IM3 OOREDOO SIMCARD IN SURABAYA

20141221004. Dika Arista Suryati. 2019. The Influence of Brand Image Perception and Product Quality on Purchase Consumer Interest in Prepaid IM3 Ooredoo Simcard in Surabaya. A Thesis. Study Program of Management, Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Surabaya. Counsellor (I) : Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si (II) : Dr. Mochamad Mochklas, S.Si., MM

Indosat Ooredoo (owned by PT. Indosat Tbk., Previously named Indosat) is one of the companies providing telecommunications services and networks in Indonesia. The company offers communication channels for telephone users with prepaid and postpaid options with brands selling Matrix Ooredoo, Mentari Ooredoo, and IM3 Ooredoo. IM3 Ooredoo is able to capture a broad market share, especially among adolescents, especially on students. IM3 Ooredoo also provides multimedia, internet and data communication services (MIDI = Multimedia, Internet, & Data Communication services).

The method of approach to this research was a quantitative approach, the technique of collecting data with questionnaires and the sampling technique used was accidental sampling with a total of 60 respondents. The analytical method used was the method of multiple linear regression analysis using the normality test, hypothesis testing, F test, and t test.

The data processed using the SPSS program produced the following regression equation: $Y = 2,422 + 0,421 X_1 + 0,289 X_2 + e$. Based on hypothesis testing the results of the F test indicated that the independent variables which included Brand Image and Product Quality have an effect on simultaneously on Consumer Buying Interests. While the t test showed that Product Quality as variable that had the dominant influence on Consumer's Purchasing Interest.

Keywords : *Brand Image*, Product Quality, Consumer's Purchasing Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirah Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Simcard Prabayar IM3 Ooredoo Di Surabaya” dengan baik, serta sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mengantarkan pada sebuah kehidupan yang penuh keselamatan di dunia dan di akhirat.

Penyusunan proposal skripsi ini penulis lakukan guna melengkapi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Penulis menyadari terselesainya penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, petunjuk dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan baik baik dan benar.
2. Bapak Dr. dr. Sukadiono., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
3. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.

4. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
5. Bapak Dr. Didin Fatihudin, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai akhir.
6. Bapak Dr. Mochammad Mochklas, S.Si., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai akhir.
7. Bapak Dr. M. Anang Firmansyah, SE., MM selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, petunjuk, dan nasehat dalam proses pembuatan skripsi sampai akhir.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan seluruh staff pengajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
9. Bapak, Ibu, Adik dan Keluarga besar yang telah memberikan dukungan semangat, do'a dan dukungan moril maupun materil yang tak terhingga dengan tulus dan ikhlas hingga terselesaikannya proposal skripsi ini.
10. Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2014, yang telah memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.

11. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terimakasih untuk kalian semua.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak baik yang disebutkan maupun yang tidak tersebut. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan proposal skripsi ini. Harapan penulis semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Surabaya, 11 Juli 2019

Penulis

Motto :

“Keberhasilan Akan Diraih dengan Banyak
Belajar.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini, saya persembahkan untuk kedua orangtua serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan do'a untuk melangkah kedepan.

Semoga kelak ilmu yang saya dapatkan selama belajar dan berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surabaya ini bisa bermanfaat di perjalanan kehidupan saya nantinya.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	10
1. Pemasaran	10
a. Pengertian Pemasaran	10
b. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Merek (<i>Brand</i>)	11
a. Pengertian Merek (<i>Brand</i>).....	11

b. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	12
c. Indikator <i>Brand Image</i>	13
d. Pengukuran Citra Merek	14
3. Kualitas Produk.....	14
4. Perilaku Konsumen.....	16
a. Pengertian Perilaku Konsumen	16
b. Pengertian Persepsi Konsumen	17
c. Proses Persepsi	18
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	19
e. Minat Beli Konsumen	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Konseptual	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian.....	30
B. Identifikasi Variabel	30
C. Definisi Operasional Variabel	31
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	33
F. Populasi dan Teknik Sampling.....	33
G. Teknik Pengolahan Data.....	35
H. Uji Instrumen.....	35
I. Uji Asumsi Klasik	37

J. Uji Regresi Linier Berganda.....	39
K. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
L. Uji Hipotesis	40
M. Uji Variabel Dominan	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian	43
B. Visi, Misi dan Nilai	44
C. Profil Produk	45
D. Struktur Organisasi	46
E. Karakteristik Responden.....	48
F. Uji Instrumen.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	52
G. Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas.....	52
2. Uji Multikolonieritas.....	53
3. Uji Heteroskedastisitas	54
H. Hasil Regresi Linier Berganda	55
I. Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	57
J. Uji Hipotesis	58
1. Uji F (Uji Simultan).....	58
2. Uji T (Uji Parsial)	59
K. Hasil Pengukuran Variabel Dominan	60

L. Pembahasan	61
---------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	64
--------------------	----

B. Saran	64
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	
-----------------------------	--

DAFTAR TABEL

No.Tabel	Halaman
1.1 Data Pelanggan Operator Seluler <i>Simcard</i> Prabayar	4
1.2 Data Pendapatan Indosat Ooredoo	5
1.3 Top <i>Brand Award Simcard</i> Prabayar (dalam persen)	6
1.4 Jenis Kelamin	49
1.5 Umur	49
1.6 Status	50
1.7 Pekerjaan	50
1.8 Pendapatan	51
1.9 Uji Validitas	51
2.0 Uji Reliabilitas	52
2.1 Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test).....	53
2.2 Uji Multikolonieritas	54
2.3 Uji Heteroskedastisitas	55
2.4 Perhitungan Regresi Linear Berganda	56
2.5 Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2).....	57
2.6 Perhitungan Uji F	58
2.7 Perhitungan Uji T	59
2.8 Hasil Uji T.....	60
2.9 Pengukuran Variabel Dominan	60

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Halaman
1.1 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	20
1.2 Kerangka Konseptual Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Simcard Prabayar Ooredoo Di Surabaya.....	28
1.3 Logo Perusahaan Indosat Ooredoo	43
1.4 Struktur Organisasi Indosat Ooredoo.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Output SPSS
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden
Lampiran 3 Kisi-Kisi Kuesioner
Lampiran 4 Lembar Kuesioner
Lampiran 5 Nilai Skor Kuesioner
Lampiran 6 Surat Penunjukkan Dosen Pembimbing
Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 8 Surat Balasan Penelitian
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 10 Berita Acara Perbaikan Skripsi
Lampiran 11 Endorsment Letter
Lampiran 12 Bukti Bebas Plagiasi
Lampiran 13 Bukti Bebas Pinjam

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Francis, Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Adi, Arief Satria. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Universitas Ciputra Surabaya.
- Akdon, & Ridwan (2009). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Suci.
- Ali, Hasan. (2008). *Marketing*. Yogyakarta. Media Pressindo.
- Ali, Mohammad. (2010). *Metodologi dan Aplikasi. Riset Pendidikan*. Bandung: Pustaka Cendekia Utama.
- American Marketing Association (AMA)*. (2012). Dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran.
- Arifin Endro,& Fachrodji, Achmad. (2015). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Ban Achilles di Jakarta Selatan*. Universitas Airlangga Surabaya.
- Dharmesta, B. S., & T. H. Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama ed. BPFE UGM, Yogyakarta.
- Priyono E, Haryono Tri A, & Minarsih Magdalena M. (2016). “*Analysis Pengaruh Citra Merek, Strategi Promosi, Atribut Produk, Harga Terhadap Minat Berkunjung Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli (Studi Empiris pada Pameran Computer di Javamall Semarang)*”. Universitas Padjajaran Semarang.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fatihudin, D. (2019). *Metode Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi Manajemen, dan Akuntansi Dari Teori Ke Praktek*. Surabaya: Zifatama Publisher Sidoarjo.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish, Yogyakarta.

- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2017). *Globalisasi Pemasaran (Marketing Globalization)*. Yogyakarta: Deepublish, Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A., & Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa : (Strategi, Mengukur, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan)*. Deepublish Yogyakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya. *Balance*, 12(02).
- Ghozali, Imam. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariani. (2013). *Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen menggunakan gas LPG Di Desa Rambah Utama*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Himawan Hira A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing*. Prentice-Hall, Inc, New Jersey.
- Limakrisna, Nandan & Wilhelmus Hary Susilo. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media 2012
- Listiani, Natalia R. (2018). *Pengaruh Faktor Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Modiste Gita Busana (Studi Kasus: Modiste Gita Busana Yogyakarta)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta.
- Luftiani, Eva Inayah. (2016). *Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Pembelian Pada Produk Merek Toko (Studi Kasus pada Konsumen Bio Organik di Supermarket Superindo Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Nalendraswati, Ayuningtyas Ariska. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor (Studi Empiris pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Oentoro, Deliyanti. (2010). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.

Prabowo, Gede Krisna I. J. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Word Of Wouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY pengguna Iphone)*. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rachma, Anindya Andanawari. (2014). *Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Stove Syndicate Cafe Semarang)*. Universitas Diponegoro.

Roslan, Rohmad (2018). *Pengaruh Negara Asal, Kualitas Produk, Keakraban Mere Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli (Studi Kasus : Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 150 CC di Kota Surakarta)*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Robbins, Stephen P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Salfina L & Gusri H. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sumbar.

Sangadji, E., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : ANDI.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks Group Media.

Shimp, A Terence (2009). *Periklanan dan Promosi*. Jakarta : Erlangga

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/05/03> (diakses tgl 31/12/2018)

<https://selular.id/2018/03/membandingkan-pelanggan-operator-sebelum-dan-sesudah-registrasi-ulang-prabayar> (diakses tgl 31/12/2018)

<https://tri.co.id/mediacentre/tri-raih-pengakuan-sebagai-service-exelence-award-2014> (diakses tgl 31/12/2018)

<https://www.indosatooredoo.com/laporan-tahunan2013-2017>(diakses 31/12/2018)

<http://www.m.detik.com/inet/telecommunication/d-3564994> (diakses 28/12/2018)

<https://www.telkom.co.id/laporan-tahunan2013-2017> (diakses 31/12/2018)

<http://www.topbrand-award.com/2013-2017> (diakses tgl 25/12/2018)

<https://www.xl.co.id/annual-report2013-2017> (diakses tgl 31/12/2018)