

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
INDIHOME  
(STUDI KASUS PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK  
WITEL MARGOYOSO SURABAYA TAHUN 2018)**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**MUHAMMAD INFAN WIRANDA**

**20141221084**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
2018**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
INDIHOME  
(STUDI KASUS PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK  
WITEL MARGOYOSO SURABAYA TAHUN 2018)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi  
Salah satu persyaratan dalam menyelesaikan  
Program Sarjana Ekonomi dan Bisnis**

**OLEH:**

**MUHAMMAD INFAN WIRANDA**

**20141221084**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA  
2018**

## **PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Infan Wiranda

NIM : 20141221084

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau seluruhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Surabaya, September 2018

Yang membuat pernyataan



Muhammad Infan Wiranda

**Persetujuan Untuk Ujian Skripsi**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME  
(STUDI KASUS PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WITEL  
MARGOYOSO SURABAYA TAHUN 2018)**

**Oleh**

**Muhammad Infan Wiranda**

**NIM: 20141221084**

**Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan**

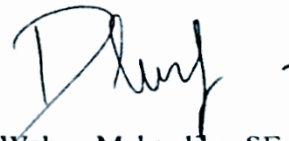
Surabaya,.....2018

**Dosen Pembimbing I**



**Dra. Siti Salbiyah, M.Kes**

**Dosen Pembimbing II**



**Budi Wahyu Mahardika, SE.,MM**

**Mengetahui**

**Keprosdi Manajemen**



**Anita Roosmawarni, SE.,M.SE.**

## PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Skripsi ini telah diujikan dan disahkan dihadapan Komisi Penguji.  
Judul: PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME  
(STUDI KASUS PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK WITEL  
MARGOYOSO SURABAYA TAHUN 2018)

Nama: Muhammad Infan Wiranda

NIM: 20141221084

Program Studi: Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Pada Hari / Tanggal: Senin 23 Juli 2018

Pukul: 10.00 sampai dengan 11.00 WIB

Komisi Penguji terdiri dari:

Ketua Penguji

Dr. Didin Fatihudin, SE.,M.Si

Anggota

Dra. Siti Salbiyah, M.Kes

Anggota

Budi Wahyu Mahardhika, SE.,MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Kaprodi Manajemen

Ajita Rosmawarni, SE.,M.SE

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk IndiHome (Studi Kasus Pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Margoyoso Surabaya Tahun 2018)”**.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan masukan, arahan serta bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. dr. Sukadiono, M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Ibu Dr. Anna Marina, M.Si, Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Anita Roosmawarni, SE., M.SE selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya.
4. Ibu Dra. Siti Salbiyah, M.Kes., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Budi Wahyu Mahardhika, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Didin Fatihuddin, SE, M.Si. selaku Dosen Penguji yang sudah banyak memberikan arahan dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan bekal pengetahuan kepada penulis.
8. Pimpinan beserta staf PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk Witel Margoyoso Surabaya yang telah memberikan ijin dan membantu penulis untuk mengadakan penelitian.
9. Ayah, ibu, kakak, adik dan semua keluarga besar yang selalu membuat penulis semangat, dorongan baik secara moril maupun materi serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Program Studi Manajemen Angkatan 2014 dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis telah berusaha menyusun skripsi ini sesempurna mungkin, tetapi penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini bisa dilanjutkan sebagai penelitian yang akhirnya menjadi sebuah skripsi yang bermanfaat untuk seluruh pembaca dan yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                              | Halaman |
|--------------------------------------------------------------|---------|
| ABSTRAK .....                                                | i       |
| KATA PENGANTAR .....                                         | iii     |
| DAFTAR ISI.....                                              | v       |
| DAFTAR TABEL .....                                           | viii    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                          | ix      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                        | x       |
| <b>BAB I      PENDAHULUAN</b>                                |         |
| A. Latar Belakang Masalah .....                              | 1       |
| B. Rumusan Masalah .....                                     | 8       |
| C. Tujuan Penelitian.....                                    | 9       |
| D. Manfaat Penelitian.....                                   | 9       |
| E. Sistematika Penulisan.....                                | 10      |
| <b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA</b>                          |         |
| A. LandasanTeori .....                                       | 12      |
| 1. Pemasaran .....                                           | 12      |
| a. Pengertian Pemasaran .....                                | 12      |
| b. Konsep Pemasaran .....                                    | 13      |
| 2. Merek ( <i>Brand</i> ) .....                              | 14      |
| a. Ekuitas Merek .....                                       | 16      |
| b. Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ) .....          | 18      |
| c. Indikator Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> )..... | 18      |
| 3. Kualitas Produk .....                                     | 19      |
| a. Pengertian Kualitas Produk.....                           | 19      |
| b. Arti Penting Kualitas Produk .....                        | 20      |
| c. Indikator Kualitas Produk .....                           | 22      |
| 4. Keputusan Pembelian .....                                 | 23      |
| a. Pengertian Pembelian.....                                 | 23      |
| b. Pengertian Keputusan Pembelian.....                       | 24      |
| c. Faktor – Faktor Keputusan Pembelian.....                  | 25      |

|                                                      |         |
|------------------------------------------------------|---------|
|                                                      | Halaman |
| d. Indikator Keputusan Pembelian .....               | 27      |
| B. Hubungan Antar Variabel.....                      | 29      |
| C. Penelitian Terdahulu.....                         | 30      |
| D. Kerangka Konseptual .....                         | 35      |
| E. Hipotesis .....                                   | 36      |
| <br><b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>              |         |
| A. Pendekatan Penelitian.....                        | 38      |
| B. Identifikasi Variabel .....                       | 38      |
| C. Definisi Operasional Variabel .....               | 39      |
| D. Teknik Pengumpulan Data .....                     | 40      |
| E. Populasi dan Sampel.....                          | 42      |
| F. Teknik Pengolahan Data.....                       | 43      |
| G. Uji Instrumen.....                                | 43      |
| 1. Uji Validitas .....                               | 43      |
| 2. Uji Reliabilitas .....                            | 44      |
| H. Analisis Data .....                               | 45      |
| 1. Uji Asumsi Klasik.....                            | 45      |
| 2. Analisis Regresi Linier Berganda .....            | 46      |
| 3. Uji R (Koefisien Korelasi) .....                  | 47      |
| 4. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi).....   | 47      |
| 5. Uji Hipotesis .....                               | 48      |
| <br><b>BAB IV    HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> |         |
| A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....             | 51      |
| 1. Sejarah Perusahaan .....                          | 51      |
| 2. Struktur Organisasi .....                         | 56      |
| 3. Visi dan Misi Perusahaan .....                    | 56      |
| 4. Strategi Perusahaan.....                          | 57      |
| B. Deskripsi Hasil Penelitian .....                  | 58      |
| 1. Analisis Deskripsi Responden .....                | 58      |
| 2. Analisis Deskripsi Variabel .....                 | 60      |
| 3. Uji Instrumen .....                               | 63      |

|                                                     | Halaman   |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| a. Uji Validitas .....                              | 63        |
| b. Uji Reliabilitas .....                           | 64        |
| 4. Analisis Data.....                               | 65        |
| a. Uji Asumsi Klasik.....                           | 65        |
| b. Analisis Regresi Linier Berganda .....           | 69        |
| c. Uji R (Koefisien Korelasi).....                  | 70        |
| d. Uji R <sup>2</sup> (Koefisien Determinasi) ..... | 70        |
| e. Uji Hipotesis .....                              | 71        |
| C. Pembahasan .....                                 | 73        |
| 1. Hasil Statistik Deskriptif Variabel .....        | 73        |
| 2. Hasil Uji Hipotesis.....                         | 76        |
| <br><b>BAB V     KESIMPULAN DAN SARAN</b>           |           |
| A. Kesimpulan .....                                 | 79        |
| B. Saran .....                                      | 80        |
| <br><b>DAFTAR RUJUKAN .....</b>                     | <b>81</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                               | <b>83</b> |

## DAFTAR TABEL

| No. Tabel                                                                       | Halaman |
|---------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1 <i>Top Brand Index 2018</i> .....                                           | 3       |
| 3.1 Reliabilitas Guifor .....                                                   | 45      |
| 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                     | 59      |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                              | 59      |
| 4.3 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Brand Awareness .....            | 60      |
| 4.4 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Kualitas Produk .....            | 61      |
| 4.5 Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian..            | 62      |
| 4.6 Hasil Uji Validitas .....                                                   | 64      |
| 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....                                                | 65      |
| 4.8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....                                          | 66      |
| 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                           | 67      |
| 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                                        | 68      |
| 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....                               | 69      |
| 4.12 Uji Koefisiensi Korelasi (R) Dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 70      |
| 4.13 Hasil Analisis Uji F .....                                                 | 71      |
| 4.14 Hasil Analisis Uji t .....                                                 | 72      |

## DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar                                                             | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1 Data Penjualan Produk IndiHome Witel Margoyoso Surabaya 2018 ....  | 7       |
| 2.1 Kerangka Konseptual.....                                           | 35      |
| 3.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan .....                              | 50      |
| 4.1 Logo PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk .....                        | 55      |
| 4.2 Struktur Organisasi PT. Telkom Tbk Witel Margoyoso Tahun 2018 .... | 56      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lampiran                     | Halaman |
|----------------------------------|---------|
| 1. Kuesioner.....                | 83      |
| 2. Tabulasi Data Responden ..... | 86      |
| 3. F Tabel.....                  | 89      |
| 4. t Tabel.....                  | 95      |
| 5. r Tabel.....                  | 97      |
| 6. Hasil Uji SPSS.....           | 98      |

## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David. (2001). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Akdon & Riduwan. (2007). *Rumus dan Data dalam aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2010). *Pemasaran dan Strateginya*. Bandung: CV. Graha Ilmu.
- Brown, et.al. (2001). *Pengertian Pembelian*. Jakarta: Elekmedia Komputindo.
- Davis, S, M. (2000). *Brand Asset Management*. California: Jossey, Bass, Inc, Publishers.
- Fatihudin, Didin. (2015). *Metode Penelitian & Penulisan Karya Ilmiah Untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Akutansi Dari Teori Ke Praktek*. Sidoarjo: Zifatama.
- 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).
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huang, Wei & Laetitia Radder. (2008). *High Involvement and Low Involvement Products A Comparison of Brand Awareness Among Student at A South African Univercity*. South Africa.
- Umar, Husein. (2005). *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kurniawan. (2015). *Marketing Mix*. Jakarta: Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Keller Lane K. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip alih bahasa Sindoro. (2009). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Ketujuh. Jilid I. Erlangga.
- Mongi, L et.al. (2013). *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado*. Manado. Universitas sam ratulangi Manado. Jurnal Emba.
- Oentoro, Deliyanti. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks

Bang Pressindo.

- Riyani. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sangadji, Mamang, E & sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Santoso, Singgih. (2009). *Panduan lengkap menguasai statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Shimp, Terence, A. (2003). *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Simamora, Bilson. (2004). *Paduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suciningtyas, Wulan. (2012). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan media communication terhadap keputusan pembelian*. Semarang. Jurnal manajemen fakultas ekonomi universitas negeri semarang indonesia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran, teori & implementasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2006). *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: Adityamedia.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Tandjung, Widjaja, J. 2004. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai pelanggan*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F et.al. (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi.
- Usman, Hundaeni dan P.S Akbar. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Weenas. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Manado. Universitas sam ratulangi manado. Jurnal Emba.
- Yuan, Yamunna. (2008). *Pengaruh Kinerja Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Minuman Isotonik Mizone Pada Pelanggan Hypermart Matos Malang*. Malang. Jurnal Aplikasi Manajemen.

[www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id) diakses pada 6 Maret 2018.

[www.indihome.co.id](http://www.indihome.co.id) diakses pada 6 Maret 2018.