**KATA PENGANTAR**



Assalamu’alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian yang berjudul “**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KARTU KUOTA SMARTFREN (Suatu Survey pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung**)” sebagai salah satu syarat akademik kesarjanaan (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pasundan Bandung. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, serta keluarga dan para sahabatnya yang telah menuntun umat manusia untuk selalu bersyukur atas segala nikmat yang telah diberikan-Nya. Semoga beliau selalu menjadi tauladan bagi penulis khususnya dan umumnya bagi seluruh umat manusia yang ada di muka bumi ini.

Usulan Penelitian ini salah satu syarat wajib akademik kesarjanaan (S1) yang harus ditempuh pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terimakasih karena telah menyelesaikan Skripsi ini banyak menerima bantuan, bimbingan dan juga dukungan dari berbagai pihak pada kesempatan ini dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda H. Sofyan Nurdin, Ibunda Hj. Siti Solihat, serta Kakanda Maman Haeruman, SE, Hena Nurhaena, Suhartanto A.Md. T, dan Yayat Ruhiyati A.Md. Kep yang tak bosan-bosannya memberikan semangat, motivasi dan juga dorongan yang tak kenal lelah, yang selalu mengasihi dan mencintai penulis. Jarak yang begitu sangat jauh tidak menghentikan doa dan selalu berjuang untuk penulis hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini dengan baik. Penulis juga menyampaikan terimakasih kepada Bapak Dr. H. Undang Juju, SE, MP selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan kebaikan hatinya telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian usulan penelitian ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan setulusnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Jusuf Sp., M.Si., M.Kom selaku Rektor Universitas Pasundan Bandung.
2. Dr. Atang Hermawan, SE., MSIE, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
3. Dr. H. Juanim, SE., M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
4. Dr. H. Sasa S. Suratman, SE., MSC., Ak selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
5. Bapak Dikdik Kusdiana. SE., MT selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
6. Bapak Wasito, SE., MSIE selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
7. Dr. H. Heru Setiawan, SE, MM Selaku Dosen Wali Yang Telah Memberikan Banyak Ilmu dan Pengarahan Kepada Penulis.
8. Dr. Yudhi Koesworodjati, SE., MPA Selaku penguji II
9. Dr. Ina Ratnamiasih, SE., MSi Selaku penguji III
10. Seluruh Dosen beserta Asisten Dosen yang telah memberikan banyak ilmu bermanfaat kepada penulis selama masa studi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
11. Teman-teman seperjuangan, Rizfan Hilmi Mubaroq, Agi Taopik Rispiana, Hanada Damar, Aditya Laika Chandra, Muchlisin (barko), Majid Abdilah, Sean Milala, Popy Anadia, Miranty Suci D, Zaky Zulfikar yang selalu memberikan support.
12. Seluruh teman-teman kelas 14 Manajemen C, “Jungle Familia”, dan “Kosan Pengungsian 102” yang selalu membantu penulis.
13. Seluruh teman-teman Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.
14. Seluruh rekan dan alumni HIMKA (Himpunan Mahasiswa Karawang).
15. Keluarga besar *Global Experience Tour and Travel Bandung*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu penulis menerima jika ada kritik dan saran agar dapat menjadi lebih baik dan dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan kita semua umumnya. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sekali lagi kepada pihak-pihak yang telah membantu.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bandung, Februari 2019

Asep Haerul Rahmat

**DAFTAR ISI**

**Halaman**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iv**

**DAFTAR TABEL ix**

**DAFTAR GAMBAR xiii**

**DAFTAR LAMPIPRAN xiv**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah 14

1.2.1 Identifikasi Masalah 14

1.2.2 Rumusan Masalah 14

1.3 Tujuan Penelitian 15

1.4 Kegunaan Penelitian 15

**BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

**HIPOTESIS 17**

2.1 Kajian Pustaka 17

2.1.1 Pengertian Manajemen 17

2.1.1.1 Fungsi Manajemen 18

2.1.2 Pengertian Pemasaran 19

2.1.3 Pengertian Manajemen Pemasaran 20

2.1.4 Pengertian Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 21

2.1.5 Merek 24

2.1.5.1 Keputusan Pemberian Merek 25

2.1.5.2 Keputusan Nama Merek 26

2.1.5.3 Manfaat Merek 28

2.1.5.4 Fungsi Merek 29

2.1.5.5 Strategi Merek 30

2.1.5.6 Tingkatan Merek 30

2.1.5.7 Pengertian Citra Merek *(Brand Image)* 31

2.1.5.8 Dimensi Citra Merek *(Brand Image)* 32

2.1.6 Harga 33

2.1.6.1 Penetapan Harga 34

2.1.6.2 Tujuan Penetapan Harga 34

2.1.6.3 Metode Penetapan Harga 36

2.1.6.4 Strategi Penetapan Harga 38

2.1.6.5 Indikator-indikator Harga 38

2.1.6.6 Dimensi Harga 39

2.1.7 Kepuasan Konsumen 40

2.1.7.1 Konsep Kepuasan Konsumen 41

2.1.7.2 Dimensi Kepuasan Konsumen 42

2.1.7.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen 43

2.1.7.4 Manfaat Kepuasan Konsumen 45

2.1.8 Penelitian Terdahulu 46

2.2 Kerangka Pemikiran 51

2.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen 52

2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 53

2.2.3 Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan

Konsumen 53

2.3 Hipotesis 55

**BAB III METODE PENELITIAN 56**

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan 56

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian 57

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian 57

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian 58

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling 62

3.3.1 Populasi 62

3.3.2 Sampel 63

3.3.3 Teknik Sampling 64

3.4 Teknik Pengumpulan Data 65

3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 66

3.4.1.1 Uji Validitas 67

3.4.1.2 Uji Reliabilitas 68

3.4.2 Skala Pengukuran 69

3.5 Uji Instrumen 69

3.6 Metode Analisis dan Uji Hipotesis 70

3.6.1 Analisis Deskriptif 71

3.6.2 Analisis Verifikatif 73

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda 77

3.6.4 Analisis Korelasi Berganda 74

3.6.5 Uji Hipotesis 75

3.6.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F) 75

3.6.5.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) 76

3.6.5.3 Koefisien Determinasi 77

3.7 Rancangan Kuisoner 78

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian 79

**BAB IV METODE PENELITIAN 80**

4.1 Hasil Penelitian 80

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 80

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan Pt. Smartfren Telecom, tbk 80

4.1.1.2 Logo Pt. Smartfren Telecom, tbk 81

4.1.1.3 Visi dan Misi Pt. Smartfren Telecom, tbk 82

4.1.1.4 Struktur Organisasi Pt. Smartfren Telecom, tbk 83

4.1.2 Data Responden 84

4.1.2.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 84

4.1.2.2 Karakteristik responden berdasarkan angkatan 84

4.1.2.3 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

per bulan 85

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian 85

4.1.3.1 Uji Validitas Item 85

4.1.4 Analisis Desktiptif 88

4.1.4.1 Analisis Citra Merek Kartu Kuota Smartfren 88

4.1.4.2 Analisis Harga Kartu Kuota Smartfren 95

4.1.4.3 Analisis Kepuasan Pelanggan Kartu Kuota Smartfren 100

4.1.5 Hasil Analisis Verifikatif Variabel Penelitian 106

4.1.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda 106

4.1.5.2 Analisis Koefisien Korelasi Berganda 107

4.1.5.3 Pengujian Hipotesis 108

4.1.5.3.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 109

4.1.5.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) 110

4.1.5.3.3 Analisis Koefisien Determinasi 111

4.2 Pembahasan 113

4.2.1 Pembahasan Deksriptif 113

4.2.2 Pembahasan Verifikatif 116

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 119**

5.1 Kesimpulan 119

5.2 Saran 120

**DAFTAR PUSTAKA 122**

**DAFTAR TABEL**

**No Judul Tabel Halaman**

1.1 Top Brand Index Simcard 2017 3

1.2 Provider yang digunakan oleh masyarakat Indonesia tahun 2017 5

1.3 Penjualan Kartu Kuota Smartfren Dalam 5 Kota Besar di

Indonesia 2017 5

1.4 Hasil Pra Survey Pendahuluan Mengenai Kepuasan Pelanggan 8

1.5 Hasil Pra Survey Terkait Dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Kepuasan Konsumen 10

2.1 Dimensi Citra Merek 32

2.2 Dimensi Harga 39

2.3 Dimensi Kepuasan Konsumen 42

2.4 Penelitian Terdahulu 46

3.1 Operasionalisasi Variabel 59

3.2 Jumlah Mahasiswa FEB Universitas Pasundan Tahun

Ajaran 2017/2018 63

3.3 Skala *Likert* Dengan Lima Pilihan Jawaban 69

3.4 Skala *Likert* 71

3.5 Kategori Skala 72

3.6 Koefisien Korelasi 75

4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 84

4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan 84

4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 85

4.4 Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Citra Merek (X1) 86

4.5 Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Harga (X2) 86

4.6 Hasil Perhitungan Nilai Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 87

4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuisoner 87

4.8 Tanggapan Respnden Mengenai Merek Kartu Kuota Smartfren

Dikenali 88

4.9 Tanggapan Responden Mengenai Mudah Diingatnya Produk Kartu

Kuota Smartfren 89

4.10 Tanggapan Responden Mengenai Jaringan Internet Kartu Kuota

Smartfren Prima (bagus) Ketika Digunakan Saat Internetan 90

4.11 Tanggapan Responden Mengenai Jaringan Internet Kartu Kuota

Smartfren Banyak Memberikan Gratis Bonus Kuota Internet 90

4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memberikan

Paket Data 24 Jam Tanpa Di Bagi-bagi 91

4.13 Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan Konsumen Terhadap

Kartu Kuota Smartfren 91

4.14 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Kualitas Produk Yang Baik 92

4.15 Tanggapan Responden Mengenai Saya Akan Selalu Membeli Produk

Kartu Kuota Smartfren Ketika Kuota Saya Habis 92

4.16 Tanggapan Responden Mengenai Saya Akan Merekomendasikan

Produk Kartu Kuota Smartfren Kepada Orang Lain 93

4.17 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek (X1) 93

4.18 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Harga Yang Terjangkau 95

4.19 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Harga Yang Murah 95

4.20 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Kualitas Yang Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan 96

4.21 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Harga Yang Sebanding Dengan Kualitasnya 96

4.22 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Manfaat Yang Baik Sesuai Dengan Harga Yang Ditawarkan 97

4.23 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Harga Yang Lebih Mahal Dari Pesaing 97

4.24 Tanggapan Responden Mengenai Kartu Kuota Smartfren Memiliki

Harga Yang Lebih Murah Dari Pesaing 98

4.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Harga (X2) 99

4.26 Tanggapan Responden Mengenai Ruang Tunggu Pelayanan Kartu

Kuota Smartfren Yang Rapi 100

4.27 Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Petugas Pelayanan

Kartu Kuota Smartfren Rapi 100

4.28 Tanggapan Responden Mengenai Keandalan Petugas Pelayanan

Dalam Memberikan Informasi Kartu Kuota Smartfren 101

4.29 Tanggapan Responden Mengenai Respon Petugas Pelayanan Yang

Sigap Terhadap Keluhan Konsumen Kartu Kuota Smartfren 101

4.30 Tanggapan Responden Mengenai Respon Petugas Pelayanan Yang

Sigap Terhadap Saran Konsumen Kartu Kuota Smartfren 102

4.31 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Administrasi Petugas

Pelayanan Kartu Kuota Smartfren 103

4.32 Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Teknis Petugas

Pelayanan Kartu Kuota Smartfren 103

4.33 Tanggapan Responden Mengenai Perhatian Petugas Pelayanan Kartu

Kuota Smartfren Terhadap Saya 104

4.34 Tanggapan Responden Mengenai Saya Merasa Keramahan Petugas

Pelayanan Kartu Kuota Smartfren 104

4.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen 105

4.36 Analisis Regresi Linier Berganda 107

4.37 Koefisien Korelasi Berganda 108

4.38 Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi 108

4.39 Hasil Pengujian Statistik Uji F 109

4.40 Hasil Pengujian Statistik Uji T 110

4.41 Pengaruh Koefisien Determinasi Simultan 112

4.42 Pengaruh Koefisien Determinasi Parsial 112

**DAFTAR GAMBAR**

**No Judul Gambar Halaman**

1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Hingga Tahun 2015 2

1.2 Perkembangan Indeks Kartu Smartfren 4

1.3 Brand Provider Internet Dengan Keluhan Terbanyak di Twitter 7

2.1 Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* 22

2.2 Konsep Kepuasan Konsumen 42

2.3 Variabel Paradigma Penelitian 54

3.1 Garis Kontinium 72

4.1 Logo Pt. Smartren Telecom, tbk 82

4.2 Struktur Organisasi Pt. Smartren Telecom, tbk 83

4.3 Garis Kontinum Variabel Citra Merek 94

4.4 Garis Kontinum Variabel Harga 99

4.5 Garis Kontinum Variabel Kepuasan Konsumen 106

**DAFTAR LAMPIRAN**

**No Judul Lampiran Halaman**

1. Surat Keputusan Dekan 126

2. Kartu Perkembangan Bimbingan Skripsi 128

3. Kartu Bukti Mengikuti Kegiatan Ujian SUP dan Sidang Skripsi 130

4. Daftar Perbaikan Seminar Usulan Penelitian 131

5. Berita Acara Perbaikan Seminar Usulan Penelitian 134

6. Rekapitulasi Mahasiswa FEB Tahun Akademik 2018/2019 136

7. Kuisoner Pra Survey 137

8. Kuisoner Penelitian 140

9. Tabulasi Hasil Kuisoner 145

10. Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 23 146