

**PENGARUH HARGA DAN IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET  
INTERNET 4G SMARTFREN  
(STUDI KASUS PADA KARYAWAN PT EMSONIC INDONESIA)**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
ELLA ALVITA NURAINI  
201610325118**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan  
Pembelian Paket Internet 4G Smartfren (Studi  
Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia)

Nama Mahasiswa : Ella Alvita Nuraini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325118

Program Studi/Fakultas : Manajemen

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2020



Jakarta, 06 Agustus 2020

Menyetujui,  
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, written over the watermark logo. The signature is stylized and appears to be 'Drs. Soehardi'.

Drs. Soehardi, MBA., Ph.D  
NIDN 0311096604

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan  
Pembelian Paket Internet 4G Smartfren (Studi  
Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia)

Nama Mahasiswa : Ella Alvita Nuraini

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610325118

Program Studi/Fakultas : Manajemen

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2020

Jakarta, 06 Agustus 2020

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M .....  
NIDN: 0325057908

Penguji 1 : Drs. Soehardi, MBA., Ph.D .....  
NIDN: 0311096604

Penguji II : Widi Winarso, S.E., M.M .....  
NIDN: 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M  
NIDN: 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP  
NIDN: 0318107101

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, atas berkat rahmat serta ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan program pendidikan Strata Satu (S1), Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi. Terkait dengan hal tersebut, penulis menyusun skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Paket Internet 4G Smartfren (Studi Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia)”

Tidak lupa juga pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih untuk pihak-pihak yang sudah bersedia membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini. Dan proposal skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Inspektur Jendral Polisi (P) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, M.S.Ak.,CA.,CSRA.,CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
4. Bapak Drs. Soehardi, MBA, Ph.D. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa membimbing serta memberi dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

5. Bapak Imam Muslim (Alm) dan Ibu Umi Fadilah. Selaku kedua orang tua yang telah memberikan dukungan, perhatian, rasa sabar, serta do'a yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT.
6. Eko Purnomo dan Pepi Mariatul Badriyah. Selaku kakak yang juga memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Teman-teman kelas C1 dan C2 – Manajemen, partner seperjuangan satu angkatan, teman-teman bimbingan, kakak tingkat serta adik tingkat dari berbagai Fakultas dan Program Studi di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
8. Irman Syarif Hidayat, Reka Kurniawan, Irvan Fauzi, Sapitri, Anisa Fidiawati, Tasya Patrisia, dan Getha Anastasia. Selaku sahabat terdekat selama menempuh pendidikan yang juga memberikan do'a dan dukungan penuh kepada penulis.
9. Farah Dila Romadhona. Selaku teman sekelas dan sahabat terdekat dari awal semester hingga saat ini yang selalu setia menemani dan siap siaga ketika penulis membutuhkan bantuan.
10. Bayu Ari Yanto, Aditya Agam, dan Melati Is Marini. Selaku teman dekat yang senantiasa bersedia untuk bertukar pikiran dengan penulis.

Jakarta, 24 Juli 2020



Ella Alvita Nuraini  
NPM. 201610325118



## ABSTRAK

**Ella Alvita Nuraini. 201610325118.** Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet 4G Smartfren (Studi Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet 4G Smartfren (Studi Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling yang menggunakan rumus slovin dalam menentukan cara pengambilan sampel. Dasar penelitian menggunakan 100 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada karyawan PT Emsonic Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam uji parsial t variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung 3,970 lebih besar dari 1,98472 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Variabel iklan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai thitung sebesar 4,099 dimana nilai 4,099 lebih besar dari 1,98472. Selanjutnya dalam uji simultan (f) harga dan iklan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai F hitung 27,133 lebih besar dari F tabel (3,09). Kemudian untuk uji determinasi atau R square dihasilkan bahwa korelasi antara dua variabel harga (X1) dan iklan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 34,6 persen dan 64,4 dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata kunci: Harga, Iklan, dan Keputusan Pembelian.**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

**Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet 4G Smartfren (Studi Kasus Pada Karyawan PT Emsonic Indonesia)**

merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjamkan dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 24 Juli 2020  
Yang Membuat Pernyataan



Ella Alvita Nuraini  
NPM. 201610325118

v

## ABSTRACT

**Ella Alvita Nuraini. 201610325118.** *The Effect of Prices and Advertisements on the Purchase Decision of the 4G Smartfren Internet Package (Case Study at PT Emsonic Indonesia Employees)*

*This study aims to determine whether there is an effect of price and advertising on the decision to purchase 4G Smartfren internet packages (Case Study of PT Emsonic Indonesia employees). The method used in this study is a quantitative method, where in this study using the Purposive Sampling technique that uses the Slovin formula in determining how to take samples. The basis of the study used 100 respondents to be used as samples in the study, which in this study used primary data obtained by distributing questionnaires to employees of PT Emsonic Indonesia. The results showed that in the partial t test the price variable significantly influenced the purchase decision with a t value of 3.970 greater than 1.98472 and a significance value of 0.000 less than 0.05. Advertising variables significantly influence the purchase decision with a sig value of 0,000 less than 0.05 and a tcount of 4.099 where the value of 4.099 greater than 1.98472. Furthermore, in the simultaneous test (f) the price and advertising together affect the dependent variable, namely the purchase decision with a sig value of 0,000 less than 0.05 with a calculated F value of 27.133 greater than F table (3.09). Then for the test of determination or R square produced that the correlation between the two price variables (X1) and advertising (X2) to the purchase decision (Y) of 34.6 percent and 64.4 is influenced by other variables.*

*Keywords: Price, Advertisements, and Purchase Decisions.*

**Keywords: Price, Advertisements, and Purchase Decisions.**



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Masalah.....	13
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. Harga .....	15
2.1.1 Pengertian Harga.....	15
2.1.2 <u>Langkah - Langkah Dalam Menentukan Kebijakan Penetapan</u> <u>Harga.....</u>	16
2.1.3 Indikator Harga.....	16
2.2 Iklan.....	17
2.2.1 Pengertian Iklan.....	17
2.2.2 Tujuan Iklan .....	17
2.2.3 Indikator Iklan .....	17

2.2.4	Atribut Iklan .....	18
2.3	Keputusan Pembelian .....	19
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.3.2	Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.3.3	Proses Keputusan Pembelian.....	20
2.4	Hipotesis Penelitian .....	20
2.5	Kerangka Berpikir .....	21
2.6	Penelitian Terdahulu.....	22
<b>BAB III.....</b>		<b>26</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>26</b>
3.1	Desain Penelitian .....	26
3.2	Tahap Penelitian .....	39
3.3	Model Konseptual .....	40
3.4	Operasional Variabel .....	29
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	29
3.5.1	Waktu Penelitian .....	29
3.5.2	Tempat Penelitian.....	29
3.6	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....	30
3.6.1	Populasi Penelitian.....	30
3.6.2	Sampel Penelitian.....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.8	Jenis dan Sumber Data .....	32
3.9	Metode Analisis Data .....	33
1.	Uji Validitas.....	33
2.	Uji Reliabilitas.....	33
3.	Uji Asumsi Klasik.....	34
a.	Uji Normalitas .....	34
b.	Uji Multikolinieritas.....	34
4.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
5.	Uji Hipotesis .....	36
a.	Uji Kelayakan (Uji F) .....	36
b.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	36

c.	Analisis Koefisien Determinasi .....	37
<b>BAB IV</b>	.....	<b>38</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>38</b>
4.1	Gambaran Umum PT Kinaya Multi Konstruksi.....	38
4.1.1	Profil Perusahaan .....	38
4.1.2	Visi.....	39
4.1.3	Misi.....	39
4.1.4	Susunan Direksi an Dewan Komisaris PT Smartfren Telecom Tbk per 30 Mei 2018 .....	39
4.2	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1	Deskripsi Data.....	40
4.2.2	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	40
4.3	Uji Kuesioner .....	41
4.3.1	Uji Validitas.....	41
4.3.2	Uji Reabilitas.....	42
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	43
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.3.5	Uji Hipotesis.....	49
4.3.6	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.4	Pembahasan .....	52

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Harga Paket Internet .....	3
Tabel 1.2	Daftar Harga Paket Internet Unlimited Smartfren .....	4
Tabel 1.3	Daftar Harga Paket Internet IM3 .....	7
Tabel 1.4	Daftar Harga Paket Intenet XL .....	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.2	Skala Likert .....	31
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.5	Hasil Uji Kolmogorof .....	45
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas .....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedasitas .....	47
Tabel 4.9	Hasil Uji T .....	49
Tabel 4.10	Hasil Uji F .....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	52



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir .....	21
Gambar 3.1	Model Konseptual .....	28
Gambar 4.2	Plot Regretion Keputusan Pembelian .....	44
Gambar 4.5	Plot Regretion Keputusan Pembelian .....	47



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Pribadi

Lampiran 2 Uji Referensi

Lampiran 3 Uji Plagiarisme

Lampiran 4 Buku Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 7 Hasil SPSS Versi 24

