

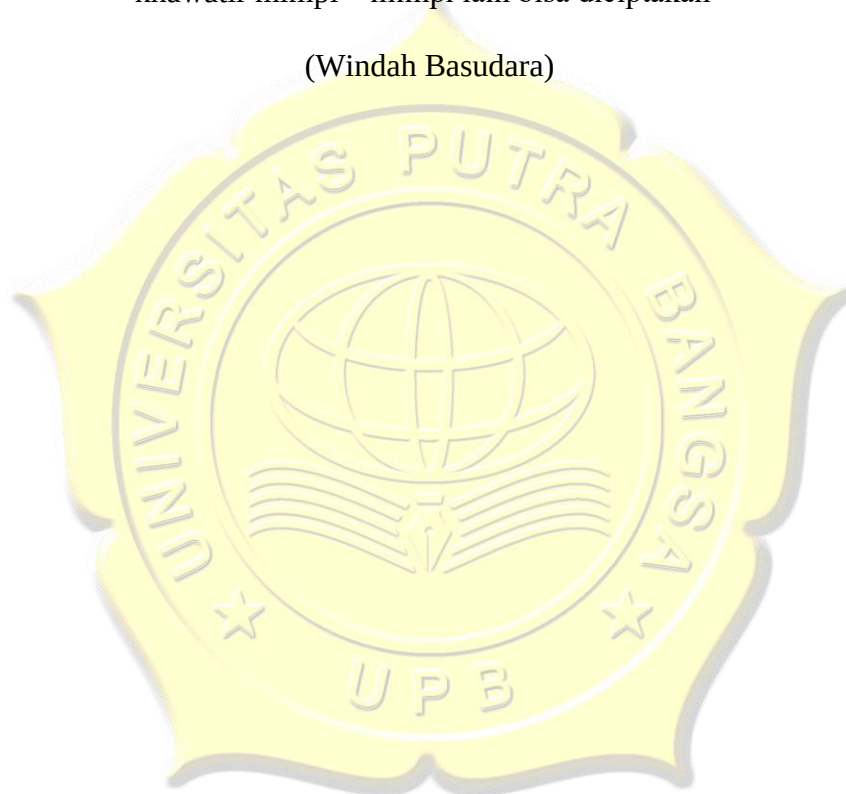
HALAMAN MOTTO

“Jika bukan karena Allah yang mampukan, aku mungkin sudah lama menyerah”

(QS. Al-Insyirah, 05:06)

“Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Cuma
sekiranya kalau teman – teman merasa gagal dalam mencapai mimpi, jangan
khawatir mimpi – mimpi lain bisa diciptakan”

(Windah Basudara)

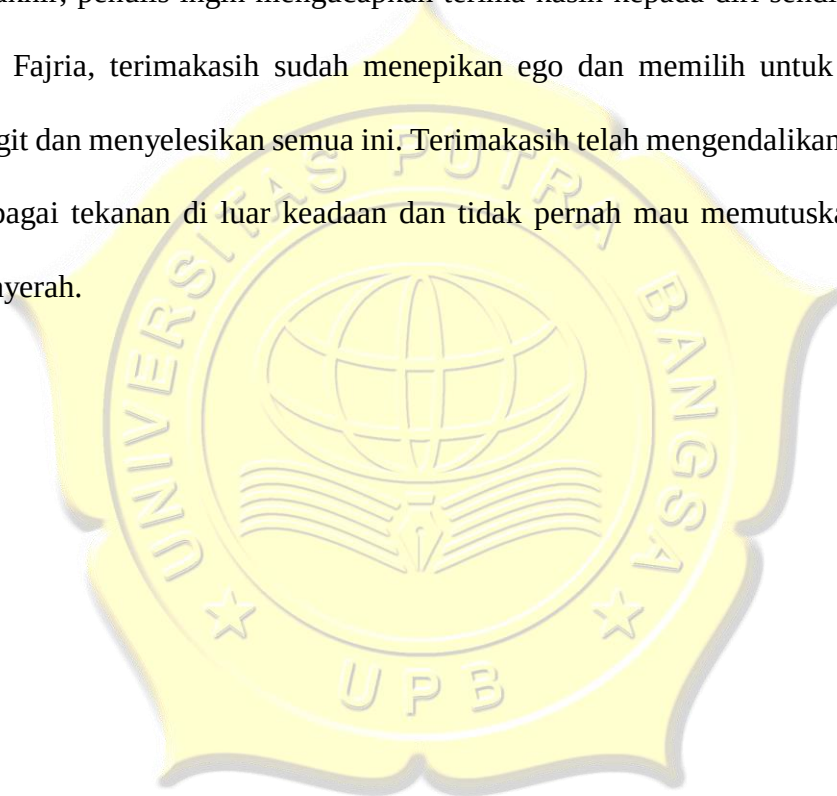


HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih yang mendalam kepada:

1. Kepada cinta pertama dan panutanku, Bapak Agus Nurlaila, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, memeberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Untuk Ibu Nonik Sugiarti seseorang yang sudah melahirkan saya. Terimakasih atas segala motivasi, pesan, doa dan harapan yang selalu setiap langkah dan ikhtiar anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan. Terimakasih untuk kalian berduaterlepas dari gaganya menciptakan keluarga cemara itu, saya sangat berterimakasih karena kalian berhasil mejadi orang tua untuk sehingga saya bisa sampai titik ini.
2. Kepada saudara kandung saya tercinta, Sharif Khoeruni'am yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta menjadi teman dalam setiap perjalanan hidup.
3. Keluarga besar, yang senantiasa memberikan doa, motivasi, serta kasih sayang yang menjadi penyemangat dalam menjalani pendidikan ini.
4. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Sahabat-sahabat terbaik saya, yang selalu ada dalam suka dan duka, memberikan dukungan, tawa, serta kebersamaan yang membuat perjalanan ini lebih bermakna.

6. Teman-teman seperjuangan, yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan setiap tantangan akademik, saling menguatkan dan memberikan semangat tanpa henti.
7. Almamater tercinta, Universitas Putra Bangsa, yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, serta lingkungan untuk berkembang menjadi pribadi yang lebih baik.
8. Terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri, Alifia Nur Fajria, terimakasih sudah menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dan menyelesaikan semua ini. Terimakasih telah mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tidak pernah mau memutuskan untuk menyerah.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas jaringan, *word of mouth* dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kebumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna kartu smartfren. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 135 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran menggunakan skala *likert*. Teknik analisis data menggunakan menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program *SPSS 25.0 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kebumen, kualitas jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kartu smartfren di kebumen, *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kebumen, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan kartu smartfren di kebumen. Citra merek, kualitas jaringan, *word of mouth* dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kebumen.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Jaringan, *word Of Mouth* dan promosi, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image, network quality, word of mouth and promotion on the decision to purchase a smartfren card in Kebumen. This study uses a quantitative approach with a survey research method. The population used in this study are smartfren card users. The sampling technique uses a purposive sampling method and the number of samples used is 135 respondents. The data collection technique uses a questionnaire with a Likert scale measurement. The data analysis technique uses descriptive analysis, research instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the SPSS 25.0 for Windows program. The results of this study indicate that brand image does not significantly influence the decision to purchase a smartfren card in Kebumen, network quality significantly influences the decision to purchase a smartfren card in Kebumen, word of mouth significantly influences the decision to purchase a smartfren card in Kebumen, promotion significantly influences the decision to purchase a smartfren card in Kebumen. Brand image, network quality, word of mouth and promotion simultaneously influence the decision to purchase a smartfren card in Kebumen.

Keywords: *Brand Image, Network Quality, Word of Mouth and promotion, purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menciptakan kehidupan dan waktu sehingga skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS JARINGAN, WORD OF MOUTH DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SMARTFREN DI KEBUMEN”** dapat diselesaikan penulis dengan lancar. Skripsi ini penulis susun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh sarjana Strata-I di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini banyak mendapat bimbingan, nasehat serta bantuan dari berbagai pihak. Berkaitan dengan hal tersebut penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada:

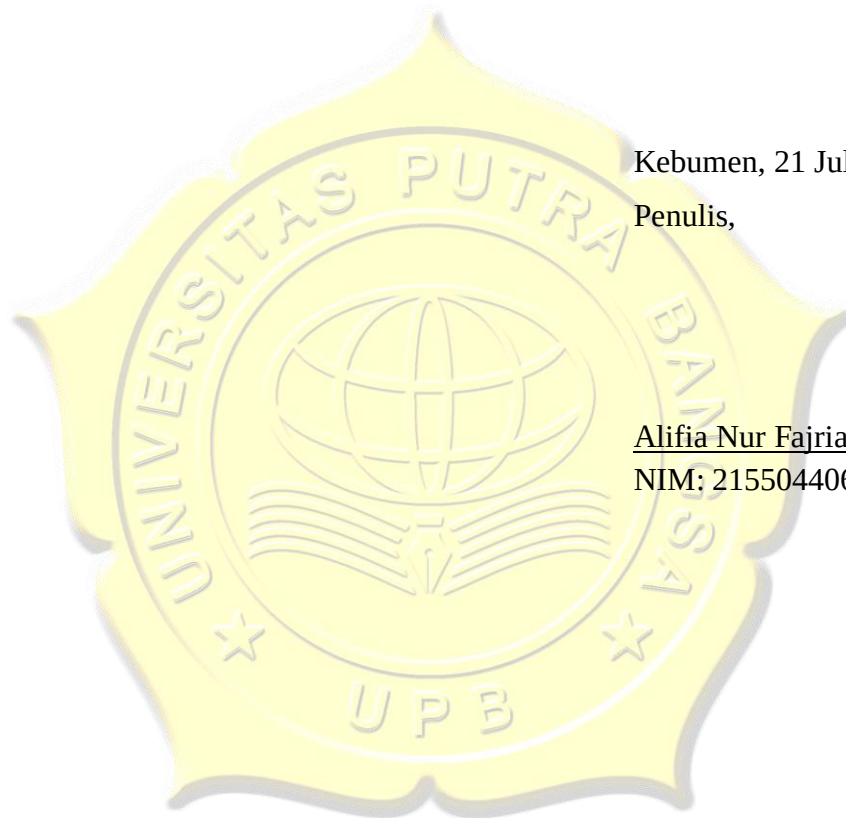
1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
3. Keluarga saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
4. Teman-teman seperjuangan kelas Manajemen Reguler F (2021) yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
5. Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan.
6. Semua pihak yang membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini, untuk itu penulis tidak menutup diri akan kritik dan saran dari semua pihak. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini, dapat membawa manfaat terutama bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkannya, serta menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Kebumen, 21 Juli 2025

Penulis,

Alifia Nur Fajria
NIM: 215504406



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1. Manfaat Praktis	15
1.5.2. Manfaat Teoritis.....	15
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17

2.1. Tinjauan Teori.....	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2. Citra Merek.....	20
2.1.3. Kualitas Jaringan	21
2.1.4. Word Of Mouth	22
2.1.5. Promosi.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	32
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.1.1 Objek Penelitian	38
3.1.2 Subjek Penelitian.....	38
3.2. Variabel Penelitian	39
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	44
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Jenis Data.....	47
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6. Populasi dan Sampel.....	48
3.6.1 Populasi.....	48
3.6.2 Sampel	48
3.7. Teknik Analisis	51
BAB IV	60

ANALISIS DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Analisis Deskriptif.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	60
4.1.2 Karakteristik Rseponden.....	60
4.2. Analisis Statistik.....	64
4.2.1 Uji Instrumen	65
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.2.4 Uji Hipotesis	75
4.3. Pembahasan	79
4.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	79
4.3.2 Pengaruh Kualitas Jaringan terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.3.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	81
4.3.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	82
4.3.5 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, <i>Word Of Mouth</i> dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.3.6 Hasil Pembahasan Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
BAB V.....	84
SIMPULAN	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Keterbatasan	85
5.3.Implikasi	85
5.3.1. Implikasi Praktis	86
5.3.2. Implikasi Teoritis.....	88

DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1- 1 Jumlah Pengguna Provider di Indonesia Tahun 2021-2023	3
Tabel 1- 2 Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Kartu Smartfren di Kabupaten Kebumen.....	5
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Keputusan Pembelian	40
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Citra Merek.....	41
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Kualitas Jaringan	42
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi <i>Word Of Mouth</i>	43
Tabel III - 5 Indikator dan Distribusi Promosi	43
Tabel III - 6 Jawaban Instrumen Skala Likert.....	45
Tabel III - 7 Jawaban Modifikasi Instrumen Skala Likert	45
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	61
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel IV - 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	64
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	65
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jaringan	66
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	66
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	67
Tabel IV - 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel IV - 11 Hasil Uji Reliabilitas	68

Tabel IV - 12 Hasil Uji Normalitas.....	70
Tabel IV - 13 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel IV - 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel IV - 15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	76
Tabel IV - 16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Tabel IV - 17 Hasil Koefisien Determinasi.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar II - 1 Model Empiris.....	35
Gambar IV - 1 Hasil Uji Asumsi Normalitas Data Dengan Melihat Grafik.....	69
Gambar IV - 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Data Responden.....	99
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	106
Lampiran 4 Tabel R	122
Lampiran 5 Tabel T.....	127
Lampiran 6 Tabel F.....	131
Lampiran 7 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	135
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Skripsi.....	136

