

202010160311718
Mochammad Reynaldi Abidin
Prodi Manajemen

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU
PASCABAYAR DI GRAPARI MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Mochammad Reynaldi Abidin

202010160311718

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KARTU PASCABAYAR DI GRAPARI MALANG

OLEH:

MOCHAMMAD REYNALDI ABIDIN
202010160311718
MALANG, 15 DESEMBER 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Prof. Dr. Eko Handayanto, M.M.

Dra. Sri Nastiti A, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PASCABAYAR DI GRAPARI MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Mochammad Reynaldi Abidin

NIM : 202010160311718

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Desember 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

Penguji I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.

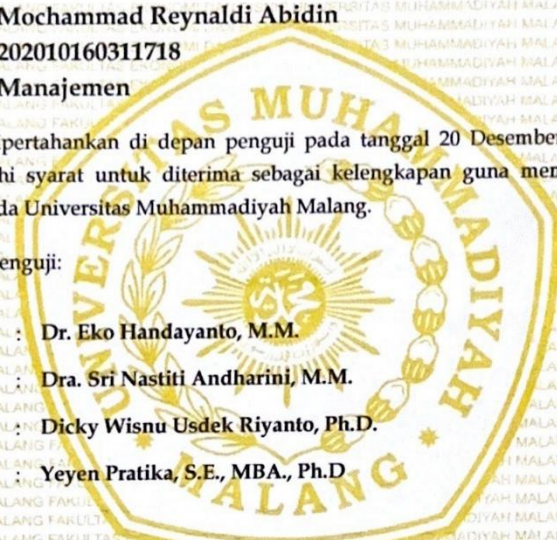
Penguji II : Yeyen Pratika, S.E., MBA., Ph.D.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

M. Sri Wahyuni S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.



1.

2.

3.

4.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Mochammad Reynaldi Abidin
NIM : 202010160311718
Program studi : Manajemen
Surel : reynaldimuhamad12@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 Desember 2025

Yang Membuat Pernyataan,



(Mochammad Reynaldi Abidin)

**THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY
PERCEPTION ON POSTPAID CARD PURCHASE DECISIONS AT
GRAPARI MALANG**

Mochammad Reynaldi Abidin, Eko Handayanto, Sri Nastiti Andarini

Management Study Program
Faculty Of Economic and Business
Muhammadiyah University of Malang
Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang
Corresponding E-mail: reynaldimuhamad12@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted to determine and analyze the influence of price perception and product quality perception on postpaid card purchasing decisions at GraPARI Malang. This study used quantitative methods. The data collection technique in this study used a questionnaire. A sample of 150 was conducted using a non-probability sampling technique. Multiple linear regression analysis technique. The results show that price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions. This means that the more affordable the price, the more confident consumers are in making purchasing decisions. Perception of product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. This means that the better the product quality, the more confident consumers are in making purchasing decisions. Price perception is dominant compared to product quality perception. This means that consumers in making purchasing decisions are predominantly influenced by price rather than product quality. Consumers are more influenced by how appropriate or affordable a product's price is, rather than how good the product's quality is.

Keywords— *price perception, product quality perception, purchasing decisions*

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PASCABAYAR DI
GRAPARI MALANG**

Mochammad Reynaldi Abidin, Eko Handayanto, Sri Nastiti Andarini

Program studi Manajemen

Fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang

Corresponding E-mail: reynaldimuhamad12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu pascabayar di Grapari Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sampel sebanyak 150 dilakukan dengan menggunakan teknik non probability sampling. Teknik analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin terjangkau harganya maka semakin yakin konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Persepsi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin berkualitas produknya maka semakin yakin konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Persepsi harga dominan dibandingkan persepsi kualitas produk. Artinya konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dominan dipengaruhi harga dibandingkan kualitas produk. Konsumen lebih terpengaruh oleh seberapa sesuai atau terjangkaunya harga suatu produk, dibandingkan dengan seberapa baik kualitas produk tersebut.

Kata Kunci: persepsi harga, persepsi kualitas produk, keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PASCABAYAR DI GRAPARI MALANG**”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Eko Handayanto, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
5. Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
6. Yeyen Prastika , MBA., PhD. selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan motivasi.
7. Terima kasih kepada ayahanda Zainal Abidin S.E. (ALM), yang selalu memberikan semangat dan bekerja keras untuk pendidikan saya. Tak lupa juga ibunda tercinta Erna Sulvia S.E, yang tak pernah lepas dari doa dalam setiap sujudnya.
8. Terima kasih kepada kakak saya Erza Salsabila Abidin S.Hub.Int dan adik saya

M Reynaldo NA, yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan tugas akhir sesegera mungkin.

9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman saya yang selalu membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri yang telah kooperatif berjuang selama ini. Terima kasih karena sudah berpikir positif ketika keadaan sedang tidak berpihak dan terima kasih kepada diri sendiri yang selalu semangat dan membuktikan bahwa saya bisa mengandalkan diri sendiri.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk menyempurnakan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Malang, 24 Februari 2025
Penyusun,



Mochammad Reynaldi Abidin
202010160311718

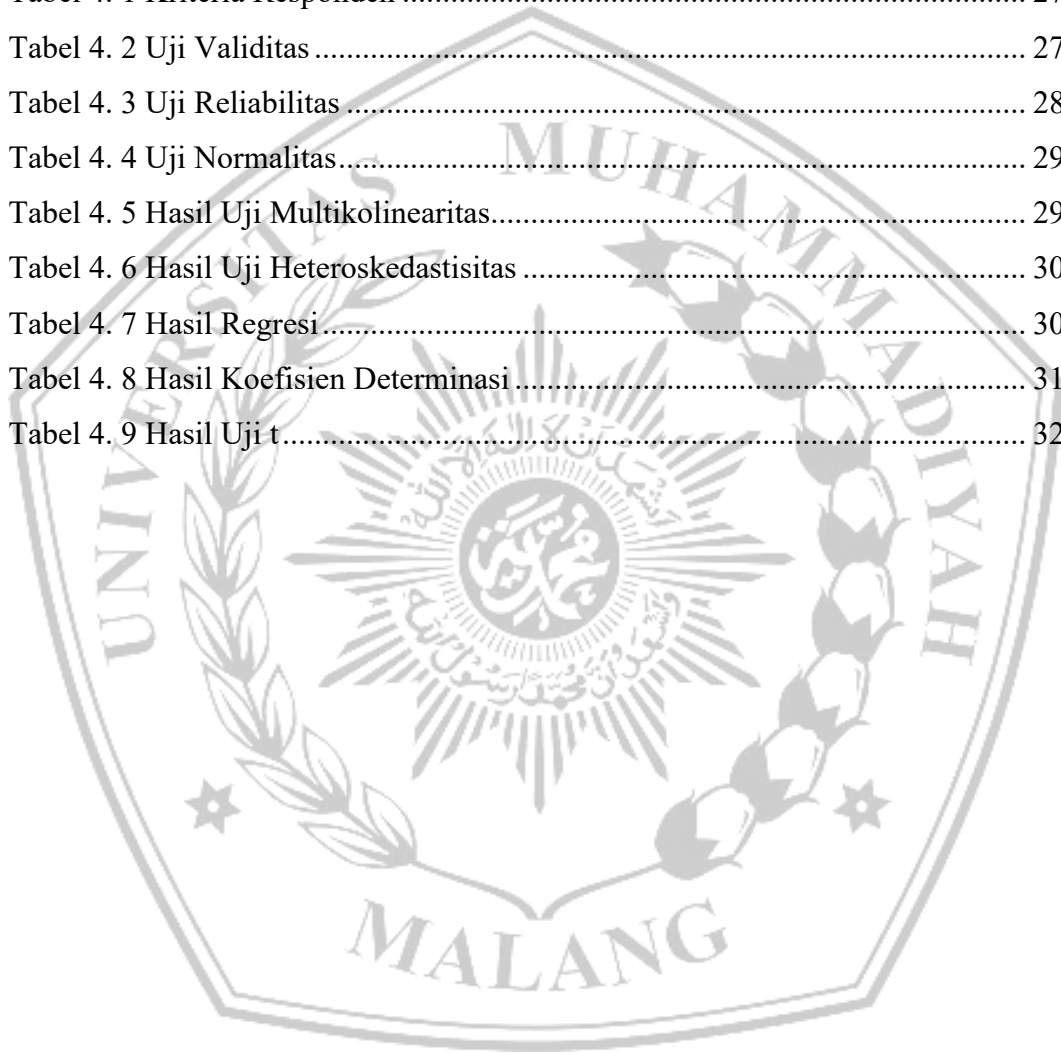
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Penelitian Terdahulu	5
B. Landasan Teori.....	10
C. Kerangka Berfikir.....	15
D. Hipotesis.....	16
BAB III	18
METODE PENELITIAN	18
A. Metode Penelitian.....	18
B. Tempat Penelitian.....	18
C. Populasi, Sampel dan Sampling.....	18
D. Sumber data dan teknik pengumpulan data	20
E. Teknik Penskalaan Data.....	20

F. Definisi operasional variabel	21
G. Instrumen penelitian.....	22
H. Uji Asumsi Klasik.....	24
I. Analisis Data	25
J. Uji Hipotesis	26
BAB IV	27
HASIL DAN PEMBAHASAN	27
A. Karakteristik Responden Berdasarkan Kriteria	27
B. Uji Instrumen Penelitian	27
C. Uji Asumsi Klasik.....	28
D. Uji Analisis Data.....	30
E. Uji Hipotesis	32
F. Pembahasan.....	33
BAB V.....	39
PENUTUP.....	39
A. KESIMPULAN	39
B. SARAN.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert	20
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. 1 Kriteria Responden	27
Tabel 4. 2 Uji Validitas	27
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas	28
Tabel 4. 4 Uji Normalitas.....	29
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	29
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	30
Tabel 4. 7 Hasil Regresi.....	30
Tabel 4. 8 Hasil Koefisien Determinasi.....	31
Tabel 4. 9 Hasil Uji t.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir..... 15



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. KUISIONER.....	44
Lampiran 2. TABULASI DATA	47
Lampiran 3. UJI VALIDITAS	59
Lampiran 4. UJI RELIABILITAS	60
Lampiran 5. UJI NORMALITAS	61
Lampiran 6. UJI ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA, UJI MULTIKOLINEARITAS DAN UJI T.....	61
Lampiran 7. UJI HETEROSKEDASTISITAS	62
Lampiran 8. UJI KOEFISIEN DETERMINASI.....	62



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- Airtel. (2024). *How to convert prepaid to postpaid connection using OTP*.
- Awaluddin, A. , & Sakinah, A. (2021). Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Segmen Remaja Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Internet di Kota Makassar). *Assets: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 154–171.
- Belo, G. I. , Atrinawati, L. H. , & Wiranti, Y. T. (2020). Perancangan tata kelola teknologi informasi menggunakan COBIT 2019 pada PT Telekomunikasi Indonesia Regional VI Kalimantan. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima (JUSIKOM PRIMA)*, 4(1), 23–30.
- Darmadi Duriyanto, Sugiarto, & Tony Sitinjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dharmmesta, B. S. , & Irawan. (2011). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. BPFE Yogyakarta.
- Dinata, M. S. , & Khasanah, I. (2022). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(2).
- Edriani, D. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 132–135.
- Eltonia, N. , & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 250–256.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Brand Management dan Strategy*. ANDI.
- Fasha, A. F. , Robi, M. R. , & Windasari, S. (2022). Determinasi keputusan pembelian melalui minat beli: brand ambassador dan brand image (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 30–42.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan desrtasi ilmu manajemen*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ine Aprianti, & Jihan Putri Krismawati. (2020). Pengaruh Citra Merk dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mayoutfit Bandung melalui Instagram. *JEMPER(Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(1), 50–57.
- Kim, J. H. , & Min, D. (2014). The effects of brand popularity as an advertising cue on perceived quality in the context of internet shopping. *Japanese Psychological Research*, 56(4), 309–319.
- Kotler, P. , & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15 th). Pearson Education.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip Pemasaran*. (Edisi ke-14). Pearson Education Limited, Essex.
- Kurniawan, H. D. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4), 1–26.
- Mamonto, W. , F. , J. F. A., Tumbuan, W. , & H. Rogi, M. (2021). Analisis faktor-faktor bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Podomoro Poigar di Era Normal Baru. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 110–121.
- Marbun, M. B. , Ali, H. , & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727.
- Mitariyani, N. W. E. , & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas*, 1(1).
- Mu'tashim, M. A. , Hastuti, I. , & Akhmad, K. A. (2024). Pengaruh Firm Generated Content dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrift pada Thriftshop Elnassupply. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(4), 151–160.
- Nadya, M. , & Vahlevi, D. R. L. (2023). Investigating The Impact of Brand Image, Price, Location, And Service Quality On Purchasing Decisions: A Case Study of Inna Fried Chicken in Sidoarjo from the Perspective of Islamic Economics. *IERJ Islamic Economics Review Journal*, 2(2), 80–102.
- Narulita, C. S. , & Wiyata, M. T. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan provider telkomsel di kota sukabumi. *Winter Journal: Imwi Student Research Journal*, 1(2), 82–93.
- Nusraini, B. H. H. , Nursaban, M. A. S., Razak, R. A., & Yusuf Nofal Nur. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision. *Journal of Business and Management*, 20(8), 76–81.
- Permatasari, D. C. , & Tjahjaningsih, E. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Telkomsel. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 296–312.
- Pramudana, K. A. S. , & Santika, I. W. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga dan Pemasaran Internet Terhadap Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Putra, E. T. K. , & Pudjoprastyono, H. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet XL. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 17(1), 100–109.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management and Business*, 5(1), 156–167.
- Schiffman, L. G. , & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behaviour 8 th ed*. NY: Prentice-Hall Inc.

- Suarjana & Suprapti (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Pengetahuan Produk, Dan Citra Perusahaan Terhadap Niat Beli Layanan Multi Servis Merek Indihome. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(4).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Telkomsel. (2024). *Beralih ke Telkomsel Halo*.
- Wibisono, L. E. (2011). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pelanggan 4G XL Di Yogyakarta. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 51.
- Yuli Krisma Wati, & Rokh Eddy Prabowo. (2023). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indihome PT. Creative Widya Nusantara. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1820–1829.
- Yunita, B. , & Pradekso, T. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G Unlimited. *Interaksi Online*, 8(3), 55–65.
- Yusra, A. , & Asnur, L. (2022). Pengaruh service quality terhadap repurchase intention konsumen di cafe kedai kebun dharmasraya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 15083–15089.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 30/10/2025

Kode : 2797377469
Nama : MOCHAMMAD REYNALDI ABIDIN
NIM : 202010160311718
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Pascabayar Di Grapari Malang
Persentase Plagiasi : 18%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

