

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN
INDIHOME SEBAGAI PENYEDIA LAYANAN JASA INTERNET
(Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali

Oleh

I PUTU YUDHA ANDRIYAN

NIM 1915744091

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Layanan Jasa Internet (Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)
2. Penulis
- a. Nama : I Putu Yudha Andriyan
- b. NIM : 1915744091
3. Jurusan : Administrasi Bisnis
4. Program Studi : D4 Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Agustus 2023

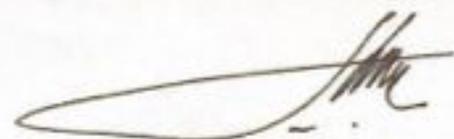
Menyetujui :

Pembimbing I,



I Ketut Muderana, SE., M.Si
NIP. 196212311988031012

Pembimbing II,



Drs. I.B. Artha Adnyana, M.Hum
NIP. 196312311989031023

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN INDIHOME SEBAGAI
PENYEDIA LAYANAN JASA INTERNET**

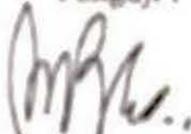
(Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)

Oleh:

**I PUTU YUDHA ANDRIYAN
NIM: 1915744091**

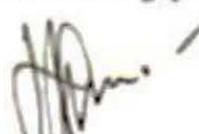
Disahkan :

Penguji I



Drs. I Made Ardana Putra, M.Si
NIP. 195912311989031012

Ketua Penguji



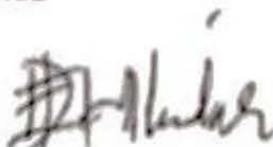
I Ketut Mudrana, SE., M.Si
NIP. 196212311988031012

Penguji II



Ir. Ni Wayan Sukartini, M.Agb
NIP. 196204221990032002

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua



Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE., MBA., Ph.D
NIP. 196409291990032003

Badung, 25 Agustus 2023
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Ketut Vini Elfarosa, SE., M.M.
NIP. 197612032008122001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

"Tidak ada hal yang sia-sia dalam belajar karena ilmu akan bermanfaat pada waktunya"

Persembahan :

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas rahmat-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan dalam Menggunakan Indihome sebagai Penyedia Layanan Jasa Internet(Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)" tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya penelitian ini, maka penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan moril maupun materi, nasehat dan doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis, karena doa orang tua selalu menyertai atas segala sesuatu yang penulis capai.
2. Keluarga besar PT Telkom Witel Denpasar, yang memberikan izin untuk melakukan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen pembimbing, penguji, dan pengajar, yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
4. Sahabat dan teman-teman Jurusan Administrasi Niaga, yang selalu memberikan semangat serta dukungan yang selalu ada untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu sehingga terselesaikannya skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul: “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan dalam Menggunakan Indihome sebagai Penyedia Layanan Jasa Internet (Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, Agustus 2023

Yang menyatakan



I Putu Yudha Andriyan

NIM. 1915744091

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas produk dan promosi secara parsial terhadap minat beli pelanggan. Populasinya seluruh pelanggan dari PT Telkom Witel Denpasar. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Teknik Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengujian dalam penelitian ini yaitu uji instrument, uji asumsi klasik, uji t dan koefisien determinasi

Hasil dari analisis regresi linear berganda secara parsial dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: 1). Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan, 2). Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan, 3). Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,672 hal ini menunjukkan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Promosi memberikan kontribusi dalam mempengaruhi Minat Beli Pelanggan sebesar 67,2% dan sisanya 32,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi dan Minat Beli Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, product quality and promotion partially on customer buying interest. The population is all customers from PT Telkom Witel Denpasar. The number of samples used was 100 respondents. The sampling technique used is the Accidental Sampling Technique. The data collection technique used was a questionnaire. This study uses multiple linear regression analysis. The testing techniques in this research are instrument test, classic assumption test, t test and coefficient of determination

The results of partial multiple linear regression analysis in this study show that: 1). Price partially has a positive and significant effect on Customer Purchase Intention, 2). Product Quality partially has a positive and significant effect on Customer Purchase Interest, 3). Promotion has a positive and significant effect on customer buying interest. The coefficient of determination shows a value of 0.672 this shows that Price, Product Quality and Promotion contribute to influencing Customer Buying Interest by 67.2% and the remaining 32.8% is influenced by other factors not examined

Keywords: Price, Product Quality, Promotion and Customer Buying Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Layanan Jasa Internet (Studi Kasus Pada Pelanggan PT Telkom Witel Denpasar)” dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi merupakan tahap penting dalam memperoleh gelar sebagai seorang Sarjana Terapan di Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bali.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE., M.eCom, selaku Direktut Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Ibu Nyoman Indah Kusuma Dewi, SE.,MBA.,Ph.D selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas dan bimbingan selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Ibu Made Ayu Jayanti Prita Utami, S.S.T.Ak.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah membantu dan memberikan pengarahan terkait proses administrasi
4. Ibu Ketut Vini Elfarosa, SE,M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan menyebarkan informasi-informasi penting demi kelancaran proses penelitian.
5. Bapak I Ketut Muderana, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing, memberikan saran, masukan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik.
6. Bapak Drs. I.B. Artha Adnyana, M.Hum selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing, memberikan saran, masukan serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini dengan baik.

7. Bapak I Putu Yoga Laksana, S.Pd.,M.pd selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak awal proses perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan
9. Keluarga besar penulis terutama bapak, ibu dan adik saya yang senantiasa memberikan dukungan moril dan spiritual yang menjadi alasan utama penulis untuk menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Kepada Melani selaku kekasih penulis yang telah dengan tulus menemani dan mendukung penulis untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
11. Kepada Boris, Prema, Suryawan, Arya dan teman-teman yang lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Pasti tak henti-henti penulis sampaikan terimakasih untuk semua pihak yang mendukung kelancaran dalam proses pembuatan skripsi ini.
12. Rekan rekan PT Telkom Witel Denpasar yang sangat membantu penulis dalam pengambilan data penelitian dan sekaligus menjadi tempat penelitian.

Dengan segala keterbatasan, penulisan sepenuhnya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak terdapat kekurangan baik dalam pembahasan, tata bahasa, maupun cara penulisannya. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati kiranya dapat dikoreksi dan diberikan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat terhadap penulis serta para pembaca pada umumnya.

Badung, 25 Agustus 2023
Penulis



I Putu Yudha Andriyan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Harga.....	15
2.1.3 Kualitas Produk.....	20
2.1.4 Promosi	24
2.1.5 Minat Beli Pelanggan.....	28
2.2 Penelitian Sebelumnya (Kajian Emperik).....	31
2.3 Kerangka Konsep dan Hipotesis	36
2.3.1 Kerangka Konsep.....	36
2.3.2 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	38

3.1	Tempat Penelitian	38
3.2	Populasi dan Sampel	38
	3.2.1 Populasi.....	38
	3.2.2 Sampel.....	38
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	40
	3.3.1 Variabel Penelitian.....	40
	3.3.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4	Sumber Data.....	44
	3.4.1 Data Primer	44
	3.4.2 Data Sekunder.....	44
3.5	Jenis Data	45
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	45
	3.6.1 Observasi.....	45
	3.6.2 Dokumentasi	46
	3.6.3 Kuesioner	46
3.7	Teknik Analisis Data.....	47
	3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	47
	3.7.2 Uji Instrumen Penelitian	48
	3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
	3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	51
	3.7.5 Uji Hipotesis	52
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	55
	4.1.1 Profil Perusahaan	55
	4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	57
	4.1.3 Nilai Utama Perusahaan.....	57
	4.1.4 Makna Logo	59
	4.1.5 Struktur Organisasi	60
	4.1.6 Bidang Usaha	65
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan	66
	4.2.1 Karakteristik Responden	66
	4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	69

4.2.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	75
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis	84
4.3 Hasil Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	93
5.1 Simpulan	93
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Instrumen Variabel Harga (X1)	42
Tabel 3.2 Indikator Instrumen Variabel Kualitas Produk (X2).....	42
Tabel 3.3 Indikator Instrumen Variabel Promosi (X3)	43
Tabel 3.4 Indikator Instrumen Variabel Minat Beli Pelanggan (Y)	44
Tabel 3.5 Model Skala Likert.....	46
Tabel 3.6 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	66
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	67
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	68
Tabel 4.4 Karakteristik Responden	68
Tabel 4.5 Hasil Skor Variabel Harga	70
Tabel 4.6 Hasil Skor Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.7 Hasil Skor Variabel Promosi	73
Tabel 4.8 Hasil Skor Variabel Minat Beli Pelanggan	74
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	75
Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	84
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi (R²).....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survey Provider Internet yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia (Februari 2022)	4
Gambar 2.1 Kerangka Konsep.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Witel Denpasar	61
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Customer Care (CC)	61
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot of Regression Standardized Residual	79
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot	82

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Data Harga
- Lampiran 4 Tabulasi Data Kualitas Produk
- Lampiran 5 Tabulasi Data Promosi
- Lampiran 6 Tabulasi Data Minat Beli
- Lampiran 7 Uji Validitas Harga
- Lampiran 8 Uji Validitas Kualitas Produk
- Lampiran 9 Uji Validitas Promosi
- Lampiran 10 Uji Validitas Minat Beli Pelanggan
- Lampiran 11 Tabel R
- Lampiran 12 Uji Reabilitas Harga
- Lampiran 13 Uji Reabilitas Kualitas Produk
- Lampiran 14 Uji Reabilitas Promosi
- Lampiran 15 Uji Reabilitas Minat Beli Pelanggan
- Lampiran 16 Uji Normalitas
- Lampiran 17 Uji Multikolinearitas
- Lampiran 18 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 19 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 20 Uji t
- Lampiran 21 T Tabel
- Lampiran 22 Koefisien Determinasi
- Lampiran 23 Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang semakin pesat di era globalisasi saat ini sehingga dapat memenuhi kebutuhan komunikasi antar masyarakat dari semua kelas sosial, dari kelas bawah hingga kelas atas. Kemudahan dalam komunikasi yang tercipta saat ini memberikan motivasi untuk dapat berinteraksi secara sistematis, cepat, mudah dan murah serta terhubung dimana dan kapan saja mereka inginkan. Teknologi informasi dan komunikasi yang salah satu paling sering digunakan adalah internet. Banyak orang yang tertarik menggunakan internet sebagai alternatif untuk dapat mengakses informasi, melakukan kegiatan komunikasi dengan menggunakan internet, dan juga melalui teknologi komunikasi manusia dapat saling bertukar informasi dari jarak jauh dalam waktu yang relatif cepat dan efisien, dikarenakan masyarakat sadar akan pentingnya mendapatkan informasi (Nur et al., 2020)

Kebutuhan manusia semakin meningkat seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan komunikasi, terkhususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Akibatnya, konsumen didorong untuk lebih sering menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Awalnya sangat terbatas kemampuannya, seperti realisasi kebutuhan melalui radio dan televisi. Namun, di era modern, teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi bagian penting dari kehidupan atau telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan darinya. Tidak bisa dipungkiri bahwa semua aspek kehidupan modern, termasuk industri, pendidikan,

perdagangan, perbankan, dan pemerintahan, sangat bergantung pada teknologi informasi.

Tuntutan akan teknologi informasi, dan komunikasi juga meningkat pesat. Menurut data yang diberikan Kominfo, Indonesia memiliki 150 juta pengguna internet, dengan tingkat penetrasi 56 persen dari seluruh jumlah masyarakat Indonesia (Hanifah, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini membutuhkan akses internet setiap hari. Banyak perusahaan teknologi informasi dan komunikasi ingin membantu serta memfasilitasi orang dalam menggunakan internet dengan lebih mudah.

Organisasi yang menawarkan layanan koneksi internet dan layanan terkait yang berhubungan dikenal sebagai penyedia Jasa Internet (PJI) atau (*Internet service provider* disingkat ISP). ISP memiliki infrastruktur telekomunikasi yang terkoneksi ke internet dimana nantinya akan membagi kapasitas koneksi internet yang dimilikinya kepada para pelanggan yang membutuhkan jasa koneksi internet (Pamungkas, 2017). Penyedia layanan Internet merupakan mayoritas perusahaan telepon. Mereka menawarkan *hosting*, pendaftaran nama domain, dan layanan koneksi Internet. *Wi-Fi* (*Wireless Fidelity*) adalah salah satu jenisnya. *Wi-Fi* adalah media komunikasi data nirkabel yang bekerja cepat yang dapat digunakan untuk transfer data atau komunikasi. Istilah "*Wi-Fi*" juga dapat merujuk pada jenis teknologi dimana perangkat elektronik menggunakan gelombang radio (nirkabel) untuk bertukar data melalui jaringan komputer, seperti koneksi internet berkecepatan tinggi.

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk adalah perusahaan pertama yang menyediakan akses internet ke Indonesia. Pada tahun 1994, PT Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan perusahaan satu-satunya bisnis yang menawarkan layanan internet. PT Telekomunikasi Indonesia Tbk merupakan perusahaan salah satu dari sekian banyak bisnis di Indonesia yang menjual produk layanan *WiFi*. Sekarang penyedia layanan jaringan dan telekomunikasi terbesar adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang telah menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN). IndiHome atau Indonesia Digital Home merupakan produk layanan *WiFi* dari PT Telekomunikasi Indonesia Tbk. IndiHome merupakan layanan komunikasi data yang menggabungkan layanan internet, televisi interaktif, dan telepon rumah menjadi satu paket.

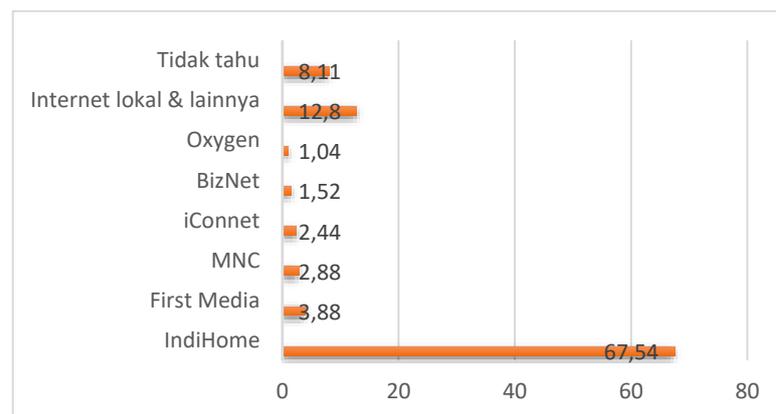
Indihome merupakan produk yang diluncurkan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. IndiHome merupakan layanan Triple Play yang meliputi IPTV (UseeTV Cable), telepon (telepon rumah), dan Internet on Fiber atau High Speed Internet (Razak, 2016). Indihome merupakan produk anyar PT Telekomunikasi Indonesia Tbk yang dirilis pada awal tahun 2015. Produk Indihome ini sepertinya diluncurkan karena jaringan Telkom beralih dari kabel tembaga ke kabel fiber optik. Indihome melayani pangsa pasar residensial yang lebih besar serta sejumlah unit bisnis, termasuk kafe, restoran, dan usaha kecil hingga menengah.

Untuk memenuhi kebutuhan akan internet, masyarakat banyak memilih *WiFi* sebagai salah satu layanan internet yang paling diminati. Minat pembelian *WiFi* pada saat ini meningkat tajam di kalangan masyarakat. Banyak masyarakat

memilih IndiHome sebagai merk *WiFi* yang digunakan. IndiHome menawarkan berbagai paket layanan WiFi, seperti Paket Jitu, Paket 2P (Internet + Telepon), Paket 2P (Internet + TV), Paket 3P (Internet + TV + Phone) dan lain sebagainya.

Seperti data yang dilansir Katadata.co.id menyebutkan pendapatan PT Telkom dari produk IndiHome mengalami kenaikan pada triwulan III 2022 sebesar 17,07% dibandingkan tahun lalu. Hal ini menyatakan bahwa minat pembelian *WiFi* IndiHome juga mengalami peningkatan.

Gambar 1.1 Hasil Survey Provider Internet yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia (Februari 2022)



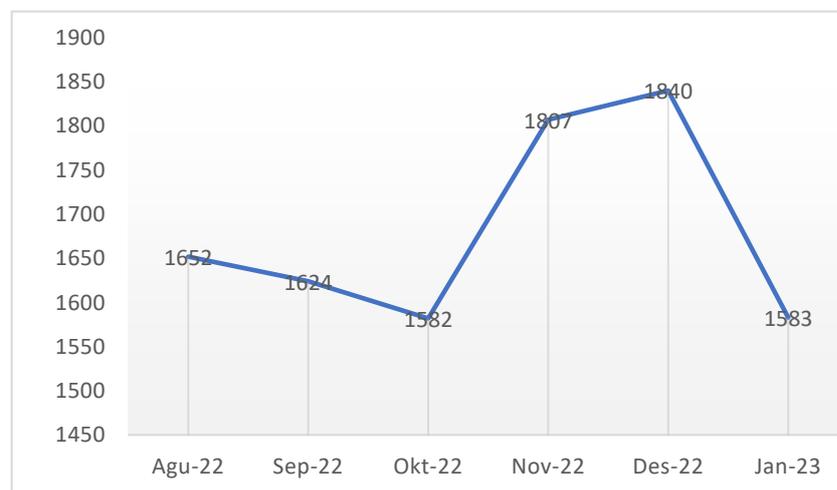
Sumber : <https://databoks.katadata.co.id>

Menurut hasil survei hanya 24,36 persen responden survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menggunakan koneksi internet semacam ini. Indihome merupakan penyedia layanan internet yang paling banyak digunakan kalangan pengguna fixed broadband. 67,54% responden memakai produk Telkom ini. Berikutnya, 3,88 persen responden memakai First Media, 2,88 persen memakai MNC, 2,24 persen memakai iConnet, 1,52 persen memakai BizNet, dan 1,04 persen memakai Oxygen.

Menurut survei Speedtest, Indihome merupakan produk yang paling banyak digunakan di Indonesia. Namun, secara nasional pun, produk Telkom ini memiliki kecepatan internet terendah kedua di Nasional. Tinjauan APJII juga menemukan bahwa sebagian besar atau 47,95% responden menyatakan memilih penyedia layanan jasa internet dengan pertimbangan kualitas koneksi yang baik di wilayah responden. Sedangkan 20,05 persen lainnya memilih provider karena promosi dan harga yang menarik.

7.568 orang dari seluruh Indonesia berpartisipasi dalam survei yang dilakukan dari 11 Januari hingga 24 Februari 2022. Mayoritas responden berusia antara 19 dan 54 tahun, meskipun beberapa di antaranya berusia di atas 55 tahun.

**Gambar 1.2 Data Pelanggan Pasang Baru IndiHome pada
PT Telkom Witel Denpasar**



Sumber : PT Telkom Witel Denpasar

Berdasarkan data pelanggan yang melakukan pasang baru di atas pada bulan Agustus terdapat 1652 pelanggan yang melakukan pemasangan baru IndiHome. Kemudian pada bulan September mengalami penurunan menjadi 1624 pelanggan,

selanjutnya pada bulan Oktober kembali mengalami penurunan menjadi 1582 pelanggan. Pada bulan selanjutnya mengalami peningkatan yang cukup tinggi tepatnya pada bulan November sebanyak 1807 pelanggan. Pada bulan Desember mengalami peningkatan sebanyak 1840 pelanggan dan pada awal tahun 2023 di bulan Januari mengalami penurunan menjadi 1583 pelanggan. Data pasang baru IndiHome di PT Telkom Witel Denpasar bisa dinyatakan bahwa masih sangat banyak masyarakat yang memilih IndiHome sebagai penyedia layanan jasa Internet dengan data 10.088 pelanggan pasang baru selama 6 bulan.

IndiHome menawarkan sejumlah keuntungan, namun belum cukup efektif untuk menjamin kepuasan pelanggan. Menurut Simamora dalam Siregar & Ovilyani (2017), berpendapat bahwa adakalanya konsumen mengutamakan satu atau beberapa atribut tertentu. Beberapa pelanggan umumnya tidak puas dengan penyedia layanan internet mereka karena harga yang relatif tinggi, kurangnya promosi, atau kualitas produk yang buruk. Akibatnya, ia memperhitungkan harga, kualitas, dan promosi.

Berdasarkan Survey yang dilakukan oleh MIDteknologi yang merupakan Review Software serta Tutorial Networking & Programming menyatakan bahwa ada 9 provider terbaik di Bali tahun 2023. Bisa dilihat peringkat 1. Indihome, 2. Telkomsel Orbit, 3. Gmedia, 4. Balifiber, 5. MyRepublic, 6. First Media, 7. Biznet Home, 8. Global Extreme, 9. NusaNet. Kita bisa lihat bahwa Indihome menjadi peringkat pertama dan masih bersaing dengan para pesaingnya. Maka dari itu IndiHome harus bisa mempertahankan peringkat tersebut dengan tetap menawarkan harga yang terjangkau dengan para pesaing lainnya, kemudian tetap

menjaga kualitas produk berupa koneksi yang stabil agar bisa tetap bersaing dengan para pesaingnya dan juga bisa melakukan promosi yang menarik agar semakin banyak masyarakat khususnya di Bali mengetahui produk-produk dari IndiHome.

Menurut (Albari & Safitri, 2018), konsumen percaya bahwa jika harga suatu produk mencerminkan nilai kualitasnya, maka kualitas produk tersebut juga harus tinggi. Harga merupakan salah satu faktor yang akan mempengaruhi niat untuk membeli suatu produk. Pelanggan biasanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas produk atau potensi kepuasan. Harga sering dikaitkan dengan kualitas. Menurut Kotler & Keller (2016), harga adalah satu-satunya komponen pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan keputusan penetapan harga menjadi lebih sulit dalam lingkungan yang ditandai dengan pergeseran kondisi ekonomi dan teknologi (Saepuloh & Hisani, 2020)

Kualitas produk adalah alat pemasaran yang penting. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk dipasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan (Haqqi, 2018). Teori yang dikemukakan oleh Fandy Tjiptono (2015) dalam (Hernikasari et al., 2022) menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor signifikan yang dapat mempengaruhi niat beli ulang. Ini karena ketika suatu produk berkualitas tinggi, pelanggan akan memiliki pengalaman positif dengan produk tersebut, yang mengakibatkan pembelian berulang.

Dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kualitas penjualan, promosi merupakan salah satu kegiatan

pemasaran yang sangat penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal pemasaran barang atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2018) “Promosi adalah kegiatan yang dilakukan pelaku bisnis untuk mencoba membuat orang tahu tentang suatu produk sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan. Kegiatan yang mempromosikan keunggulan produk dan menarik pelanggan untuk membelinya”.

Minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Sartika, 2017). Menurut Maghfiroh (2016) menjelaskan bahwa minat beli juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk pikiran yang nyata dari refleksi rencana konsumen untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia dalam periode waktu tertentu, minat beli yang timbul dalam diri konsumen akan berpengaruh pada keputusan yang dibuat oleh konsumen.

Tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum mengambil keputusan pembelian disebut “Minat beli”. (Maghfiroh, 2016), keputusan konsumen akan dipengaruhi oleh minat belinya, yang juga dapat diartikan sebagai bentuk pemikiran nyata dari refleksi rencana konsumen untuk membeli beberapa unit dalam jumlah tertentu dari beberapa merek yang tersedia di dalam periode waktu tertentu.

Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa para pelanggan tidak hanya mempertimbangkan satu atribut saja tetapi lebih. IndiHome menawarkan banyak keuntungan, tetapi tampaknya tidak cukup untuk membuat pelanggan puas, yang

dapat mendatangkan lebih banyak minat beli pelanggan, berdasarkan observasi IndiHome merupakan menjadi penyedia layanan internet atau provider yang paling banyak digunakan di Indonesia kemudian berdasarkan data pemasangan baru IndiHome di PT Telkom Witel Denpasar selama 6 bulan mencapai 10.088 pelanggan dan juga berdasarkan berdasarkan survey yang dilakukan oleh MIDteknologi menjadi provider terbaik peringkat satu di Bali tahun 2023. Ternyata minat beli pelanggan tinggi sehingga Indihome harus tetap bisa mempertahankan sekaligus meningkatkan lagi minat beli pelanggan maka dari itu penelitian ini dalam meningkatkan minat beli pelanggan pada PT Telkom Witel Denpasar di pengaruhi oleh tiga faktor yaitu harga, kualitas produk dan promosi. Hal ini diduga karena harga yang ditawarkan IndiHome terjangkau dibandingkan provider lain, kualitas produk Indihome sudah memiliki koneksi internet yang stabil dan juga promosi IndiHome cukup mampu membuat minat beli pelanggan meningkat.

Terkait dengan hal di atas, bahwa harga, kualitas produk dan promosi merupakan salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan minat beli, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Layanan Jasa Internet”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh harga terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet?

3. Bagaimanakah pengaruh promosi terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet
3. Untuk mengetahui promosi berpengaruh terhadap minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk ilmu pengetahuan di bidang pemasaran terutama dalam bidang yang terkait dengan faktor-faktor seperti harga, kualitas produk dan promosi yang mempengaruhi minat beli pelanggan

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan akan memberikan pembelajaran serta informasi terbaru bagi penulis, khususnya terkait faktor-faktor seperti harga,

kualitas produk dan promosi yang mempengaruhi minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT Telkom Witel Denpasar dalam menentukan langkah selanjutnya ke arah yang lebih baik, khususnya faktor-faktor seperti harga, kualitas produk dan promosi yang mempengaruhi minat beli pelanggan dalam menggunakan Indihome sebagai penyedia layanan jasa internet

c. Bagi Akademis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau pedoman serta bahan bacaan untuk kemajuan ilmu pengetahuan di Politeknik Negeri Bali. Selain itu, diharapkan temuan penelitian ini dapat memperluas dan memperkaya pengetahuan ilmiah bagi mahasiswa di Politeknik Negeri Bali.

1.5 Sistematika Penulisan

Terdapat lima bab dalam penelitian ini, dan tujuan penulisan sistematika adalah agar penulisannya terarah dan sistematis. Garis besar setiap bab ini harus terlihat di setiap bab yang termasuk antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dibahas dalam bab ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Ada tiga sub-bab dalam bagian tinjauan pustaka adalah telaah teori, penelitian sebelumnya (kajian empirik), kerangka konsep dan hipotesis. Pada bab ini dijelaskan teori-teori dasar mengenai variabel yang ada dalam penelitian ini. Selain itu, terdapat rangkuman temuan-temuan penelitian terdahulu yang dapat mendukung serta terdapat kerangka konsep penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data semuanya masuk dalam bagian metode penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum tentang perusahaan akan disajikan pada bagian hasil dan pembahasan, seperti: gambaran singkat tentang usaha, visi dan misi, logo, bidang usaha, struktur organisasi, dan produk yang dijual. Kuesioner untuk analisis diikuti dengan deskripsi temuan analisis dan keterkaitan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah variabel independen penelitian: Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Promosi (X3). Dalam penelitian ini Minat Beli Pelanggan (Y) merupakan variabel dependen.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil dari penelitian serta saran-saran untuk diberikan kepada Perusahaan PT Telkom Witel Denpasar dan juga kepada para peneliti selanjutnya yang menggunakan penelitian ini sebagai referensi

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai t hitung = 5,318 yang lebih besar dari t tabel = 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada PT Witel Telkom Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga yang ditawarkan maka akan meningkat minat beli pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai t hitung = 2,317 yang lebih besar dari t tabel = 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,023 lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada PT Witel Telkom Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan maka akan meningkat minat beli pelanggan.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh nilai t hitung = 4,555 yang lebih besar dari t tabel = 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada PT Witel Telkom Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik promosi yang dilakukan maka akan meningkat minat beli pelanggan.

5.2 Saran - saran

Berdasarkan hasil penelitian adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi PT Witel Telkom Denpasar, diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam meningkatkan minat beli pelanggan hal tersebut dapat dilakukan dengan memperhatikan harga serta meningkatkan kualitas produk dan promosi. Adapun hal-hal yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut :
 - a. Diharapkan PT Telkom Witel Denpasar mampu menjaga keterjangkauan harga terhadap pelanggan dengan cara memberikan harga yang sebanding dengan kualitas yang ditawarkan dan harus tetap menjaga persaingan harga agar bisa bersaing dengan kompetitor penyedia layanan jasa internet lainnya supaya pelanggan akan merasa puas terhadap harga yang diberikan sehingga dari segi harga bisa meningkatkan minat beli pelanggan tersebut.
 - b. Diharapkan PT Telkom Witel Denpasar mampu menjaga serta meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan terhadap pelanggan dengan cara harus menentukan standar dari kualitas produk yang ditawarkan dengan menjaga kualitas koneksi yang stabil dan cepat serta jangkauan sinyal bisa sampai ke daerah-daerah yang terpencil dengan cara menambah tiang pemancar sinyal di setiap daerahnya dan mendengarkan saran dari para pelanggan sehingga, para pelanggan akan merasa puas terhadap kualitas produk yang diberikan sehingga dari segi kualitas produk juga bisa meningkatkan minat beli pelanggan tersebut.

- c. Diharapkan PT Telkom Witel Denpasar mampu meningkatkan promosi yang dilakukan terhadap pelanggan dengan cara memanfaatkan sosial media yang ada seperti Instagram, Facebook dengan membuat konten yang bisa menambah minat beli pelanggan serta melakukan penyebaran brosur dan pembuatan banner serta memberikan intensif bagi para pelanggan yang telah melakukan pemasangan barusehingga, para pelanggan akan tertarik terhadap promosi yang dilakukan sehingga promosi juga bisa meningkatkan minat beli pelanggan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, U. (2020). The Effect between Product Quality and Promotional Activities on Consumer Purchase Interest (A Case Study of Garuda Peanut Products Produced by PT. Garudafood, Tbk). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 3(4), 3821–3830.
- Albari, & Safitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' PurchasinSafitri, I. (2018). The Influence of Product Price on Consumers ' Purchasing Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.g Decisions. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 7(2), 328–337.
- Amstrong, K. d. (2016). *Principles of marketing sixteenth edition global edition*. England: Pearson education limited.
- Annisa, N. (2017). Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Pada Produk Smart Phone Samsung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4(2), 1–8.
- Andenigar, B. D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap bBebek Goreng Sambal Ijoer,Er. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis-Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. ANDI.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17.

- Febriani, N. S. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Andi Offset.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulliando, D. (2019). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on the Purchase Decision of Telkomsel Service Products. *International Journal of Innovative Science and Research Technology, Volume 4(Issue 9)*, 419-425.
- Hanifah, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Masyarakat (Studi Kasus Pengguna WiFi Indihome di Kelurahan Margahayu, Bekasi Timur). *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.
- Haqqi, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Pada Kota Makassar (Studi Kasus Wilayah Kecamatan Panakuk kang). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar
- Herman, M. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.
- Kotler, K. d. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (12th ed.)*. Erlangga.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed ed.)*. London: Pearson.

- Kotler, P. d. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. (A. B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. d. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. M. 2017. *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson
- Kotler, P. d. (2017). *Manajemen Pemasaran*. (M. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna, d. P. (2017). *Manajemen Pemasaran : Teori Aplikasi dalam Bisnis Edisi*. Bekasi: Mitra Wacana Media.
- Maghfiroh, A. Z. A. S. (2016). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 40(1), 132–140.
- Mawarsari, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Olahan Buah Carica Di Daerah Wonosobo Studi Pada Toko Oleh-Oleh “Yuasa Food ”. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Nur, A. M., Ghalib, S., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Pada Pelanggan Indihome Di Kota Palangka Raya” (Studi Emperis Pada PT.Telkom Provinsi Kalimantan Tengah). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(1), 52–68.
- Pahlevi, R. (2022, Februari). *Provider Internet yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/>.
- Pamungkas, D. Y. (2017). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian*. Tesis. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli

- Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46.
- Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome Di Propinsi Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(2), 1–8.
- Roza, T. A., Masyithah, S. M., & Juned, V. (2022). The Effect of Price, Product Quality, and Location on Consumer Buying Interest at Pak Nu's Meatball
- Saepuloh, A., & Hisani, D. R. (2020). The Effect of Product Quality, Price and Promotion on Purchasing Decisions. *Innovation Research Journal*, 1(1), 34.
- Sartika, D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 10–21.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya dan Efendi. 2015. Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini. Yogyakarta : ANDI Offest.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Siregar, N., & Ovilyani, R. (2017). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkom Cabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *Jurnal Manajemen Tools*, 7(1), 65–76.
- Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan. *Tijarah*, 1(19), 135–142.
<https://jurnal.uisu.ac.id>
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitati*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.

Tjiptono. (2014). *Pemasaran JasaPrinsip. Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Wijayanti, F., Mardiana, & Purwanti. (2022). Pengaruh promosi, brand image, dan harga terhadap minat beli produk indihome pt. telekomunikasi indonesia pada kelurahan tanah merah di samarinda. *Ekonomia*, 11(3), 1–7.

Wisnu Setiaji, B. (2016). Analisis Pengaruh Harga, Desain dan Limited Edition Produk t-shirt Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen T-Shirts Dreambirds di Media Sosial Facebook). *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma.