

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP PEMASANGAN JARINGANSAMBUNGAN TELEPON DI
PT.TELEKOMUNIKASI (TELKOM) INDONESIA Tbk, PALEMBANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Diajukan oleh :

M.RAMA ROMADON

NPM :15.11.11.01.03

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2020**

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG

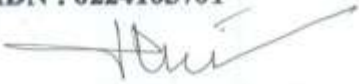
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : M.RAMA ROMADON
Nomor Pokok/ NPM : 1511110103
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S.1)
Mata Kuliah Pokok : Perilaku Konsumen
Judul Skripsi : "Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Pemasangan Jaringan Sambungan Telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang"

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 22 Oktober 2020 I :

Dr. H. Rustam Effendi, SE., Msi
NIDN : 0224105701

Tanggal 22 Oktober 2020 II :

Liliana Tobarani, SE.M.Si
NIDN : 0214066501

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi,

Tanggal 22 Oktober 2020



Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, Ak, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

302 / PS / DFE / 20

MOTTO :

"If you never throw the dice, you will never have a six"

"Berjalan menuju keselamatan dengan cinta, maka kedamaian akan mengikuti"

"You good never be like people other"

"Bebongskab"

M. Rama Romadon

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Rama Romadon
Nomor pokok / NIRM : 1511110103
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMASANGAN JARINGAN SAMBUNGAN TELEPON DI PT. TELEKOMUNIKASI (TELKOM) INDONESIA TBK, PALEMBANG

Menyatakan skripsi ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup dan siap menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, Oktober, 2020

METERAI
TEMPEL
lis,
F05ECAHF733695734
6000
ENAM RIBURUPIAH

M. Rama Romadon

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul : “ Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Pemasangan Jaringan Sambungan Telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang”.

Selawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Tuhan Yang MahaEsa (Allah SWT)
2. Sujud dan terima kasih sangat mendalam yang penulis persembahkan kepada Ayah dan Mama tercinta atas doa yang terus – menerus tiada henti dan senantiasa memberikan semua yang terbaik bagi penulis.
3. Saudari – saudaraku yang tersayang Anton, RaniPranitasari, DodiApriansyah, Alhavista Bella, Arya Sabila dan Keponakan-keponakanku kesayangan.
4. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P.Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
5. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
6. Ibu Mariyam Zanariah, SE,MM SelakuKetua JurusanManajemen Fakultas EkonomiUniversitas Tridinanti PalembangdansekaligusDosenPembimbingAkademik.
7. Bapak Drs.Rustam Effendi, SE., Msi selaku dosen pembimbing yang memberikan waktu, arahan dan kontribusi dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

8. Ibu Liliana Tobarani, SE., Msi selaku dosen pembimbing yang memberikan waktu, arahan dan kontribusi dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
10. Teman spesialku “Mrz. RBM” yang sedia menemani, memberi dorongan dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi.
11. Organisasi yang kucinta “ UKM MAPATRI “ serta di dalamnya senior – seniorku, teman – teman liting, dan junior – juniorku yang sudah sangat memberi motivasi penulis dapatkan banyak hal dan pelajaran yang tidak di dapat semasa studi.
12. Teman – teman seperjuangan angkatan 2015 dan sahabat – sahabat yang sangat penulis sayang.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin...

Palembang, Oktober 2020

Penulis



M. Rama Romadon

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Teoritis.....	6
2.1.1 Jaringan Telepon Di Indonesia	6
2.1.2 Pengertian Jaringan Tetap	6
2.1.3 Pengertian Jaringan Bergerak.....	6

2.1.4	SejarahTelepon Dan PerkembanganJaringan	8
2.1.5	PenyebaranJaringanTelepon Di Indonesia	9
2.1.6	Perusahaan JaringanPenyediaJaringanTelepon	11
2.2.1	Persepsi	12
2.2.2	Faktor-Faktor Yang MempengaruhiPersepsi.....	13
2.2.3	PengertianPersepsiKualitas	14
2.2.4	DimensiPersepsiKualitas	16
2.2.5	IndikatorPersepsiKualitas	18
2.3.1	SikapKonsumen.....	19
2.3.1.1	PengertianSikap	19
2.3.1.2	KarakteristikSikap.....	20
2.3.1.3	KomponenSikap.....	20
2.3.1.4	Macam-MacamSikap	21
2.3.1.5	Faktor-Faktor yang MemepengaruhiSikap	22
2.3.1.6	PengertianSikapKonsumen	26
2.3.1.7	DimensiSikapKonsumen.....	27
2.3.1.8	IndikatorSikapKonsumen.....	27
2.2	Penelitian Lain Yang Relavan.....	28
2.3	KerangkaBerfikir.....	30
2.4	Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	33
3.1.1	Tempat	33
3.1.2	Waktu.....	33
3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.1	Sumber Data	33
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	34

3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	35
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel	35
3.3.3	Sampling	36
3.4	Rancangan Penelitian	36
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	36
3.5.1	Variabel Penelitian	36
3.5.2	Definisi Operasional	36
3.6	Instrumen Penelitian.....	39
3.6.1	Uji Validitas.....	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Teknik dan Analisis Data	41
3.7.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
3.7.2	Analisis Koefisien Korelasi	43
3.7.3	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.8	Hipotesis.....	44
3.8.1	Uji Simultan (Uji F)	44
3.8.2	Uji Parsial (Uji t)	44
3.9	Sistematika Penulisan	45
3.10	Langkah dan Jadwal Kerja	46
3.10.1	Langkah Kerja	46
3.10.2	Jadwal Kerja	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		48
4.1	Hasil Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum PT. Telkom Indonesia Tbk	48
4.1.2	Sejarah Singkat Perusahaan	49
4.1.3	Visi dan Misi	52
4.1.3.1	Visi	52
4.1.3.2	Misi	52
4.1.4	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	53

4.1.4.1	Struktur Organisasi	53
4.1.4.2	Tugas dan Fungsi	54
4.2	Pembahasan dan Interpretasi.....	58
4.2.1	Uji Validitas	58
4.2.2	Uji Reliabilitas	60
4.2.3	Teknik Analisis Data	63
4.2.3.1	Analisis Statistik Deskriptif	63
4.2.4	Analisis Statistik Inferensial	68
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	68
4.2.4.2	Koefisien Korelasi.....	69
4.2.4.3	Koefisien Determinasi.....	70
4.2.5	Uji Hipotesis	71
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

1.1	Data Operator	12
2.2	Penelitian Yang Relevan	28
3.1	Variabel dan Definisi Operasional	38
3.2	Kisi-Kisi Instrument	39
3.3	Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup	40
3.4	Jadwal Kerja	47
4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas (X1)	58
4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen (X2)	59
4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Pemasangan Jaringan (Y)	60
4.4	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kualitas (X1)	61
4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap Konsumen (X2)	62
4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemasangan Jaringan (Y)	62
4.7	Frekuensi Distribusi Variabel Persepsi Kualitas (X1)	63
4.8	Frekuensi Distribusi Variabel Sikap Konsumen (X2)	65
4.9	Frekuensi Distribusi Variabel Pemasangan Jaringan (Y)	66
4.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	68
4.11	Hasil Uji Koefisien Korelasi	69
4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi	70
4.13	Hasil Uji Simultan (Uji f)	72
4.14	Hasil Uji Parsial (Uji t)	72

DAFTAR GAMBAR

Halaman

2.1	Kerangka Berfikir Teoritis	31
4.1	Perubahan Logo PT. Telkom Indonesia Tbk,	52
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan PT. Telkom Indonesia	53
4.3	Histogram Variabel Persepsi Kualitas (X1)	64
4.4	Histogram Variabel Sikap Konsumen (X2)	66
4.5	Histogram Variabel Pemasangan Jaringsn (Y)	67

ABSTRACT

M. RAMA ROMADON, Pengaruh Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Pemasangan Jaringan Sambungan Telepon Di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Palembang, Di Bawah Bimbingan Bapak Drs.H.Rustam Effendi, SE., Msi dan Ibu Liliana Tobarani, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Pemasangan Jaringan Sambungan Telepon Di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Palembang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuesioner kepada 100 orang responden sebagai sampel. Teknik yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda yang di olah menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 22.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel Pengaruh Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Pemasangan Jaringan Sambungan Telepon Di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Palembang, yang ditunjukkan dengan model regresi $Y = 6,515 + 0,100X_1 + 0,722X_2 + e$. Variabel Persepsi Konsumen X_1 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,100, variabel Sikap Konsumen X_2 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,722 dan juga menghasilkan nilai konstanta 6,515. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,715 dan koefisien determinasi (Adjusted R square) sebesar 0,501. Nilai tersebut dapat di tafsirkan bahwa besarnya hubungan antara Persepsi Kualitas X_1 dan Sikap Konsumen X_2 sebesar 50,10% dan mempunyai pengaruh yang signifikan dengan Pemasangan Jaringan Y. sedangkan sisanya sebesar 49,90% dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Pemasangan Jaringan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

M. RAMA ROMADON dilahirkan di Palembang pada tanggal 22 Febuari 1994 dari Ayahanda BENBELLA dan Ibunda RUSNAWATI, merupakan anak ke – 4 dari 6 bersaudara.

Sekolah Dasar di selesaikan pada tahun 2007 di YAYASAN MIFTAHUL JANNAH KENTEN, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2010 di SMP MANDIRI Palembang, Sekolah Menengah Atas pada tahun 2013 di SMK YAYASAN PEMBINA Palembang dan selanjutnya menyelesaikan Program Strata - I Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, Oktober 2020



M. RAMA ROMADON

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era pasar bebas dan globalisasi sekarang ini jasa telekomunikasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat, sehingga dengan teknologi komunikasi telah memungkinkan orang saling berkomunikasi begitu dekat bagaikan dalam sebuah keluarga.

Pelaksanaan pembangunan disegala bidang dirasa semakin berkembang dengan pesat, terutama dibidang telekomunikasi, masalah telekomunikasi menjadi hal yang hangat dibicarakan karena menyangkut banyak kepentingan, selain telekomunikasi sangat berperan dalam pembangunan bangsa. Pesatnya pembangunan dan perkembangan perekonomian nasional telah menghasilkan berbagai macam produk barang dan jasa. Kemajuan dibidang ilmu pengetahuan, teknologi komunikasi dan informatika juga ikut mendukung perluasan gerak masyarakat dalam transaksi.

Diantara sektor-sektor penting dalam pembangunan di bidang perekonomian terdapat salah satunya bidang usahatelekomunikasi. Kemajuan dan kelancaran sarana telekomunikasi akan menunjang pelaksanaan pembangunan berupa penyebaran kebutuhan informasi ke seluruh pelosok tanah air, misalnya sektor industri, perdagangan, pariwisata dan pendidikan.

Masyarakat berpersepsi baik bahkan dengan kenyataan, keadaan yang demikian bermanfaat bagi kepentingan konsumen, karena kebutuhan yang diinginkannya dapat terpenuhi. Berbagai macam cara dapat dipakai untuk mendapatkan berbagai informasi di dunia saat ini. Kebutuhan masyarakat atas kecepatan akses informasi melalui sarana telekomunikasi semakin tinggi, maka pemerintah memperbolehkan badan hukum atau badan usaha lainnya untuk mengembangkan usaha seluas-luasnya.

Telekomunikasi, makin hari makin menguasai kehidupan manusia, apabila ketika sudah terjadi konvergensi saling menyatu antara teknologi telekomunikasi

dengan teknologi informasi. Informasi akan berkembang cepat dengan telekomunikasi dan alat telekomunikasi, misalnya *telephone* rumah dan *handphone* “bekerjasama” dengan computer untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan berbagai hal. Orangpun tidak akan meniggalkan telekomunikasi kalau tidak mau ketinggalan informasi.

Dalam menciptakan terselenggaranya telekomunikasi yang baik, adil dan berkepastian hukum, harus diletakkan landasan yang mengatur hak dan kewajiban pihak-pihak yang terkait baik penyelenggara, masyarakat dan pemerintah. Dan oleh karena itu, hal-hal yang menyangkut pemanfaatan spectrum frekuensi radio dan orbit satelit yang merupakan sumber daya alam yang harus di kuasai oleh Negara. Sambungan telepon merupakan salah satu alat komunikasi yang sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat luas. Hampir semua orang memiliki sekurang-kurangnya satu, tanpa mengira status ekonomi seseorang itu. Dengan bertambahnya populasi dunia yang menggunakan telepon jumlah operator juga bertambah, berdasarkan dari survey yang dilakukan United Nation 60% dari populasi dunia kini menggunakan telepon dengan kadar subskripsi 4,1 miliar pertahun. Data menunjukkan peningkatan pengguna telepon kira-kira 1 miliar semenjak 2002.

Namun pada zaman yang semakin modern ini, persaingan antar perusahaan semakin ketat manusia di tuntutan untuk lebih aktif dan kreatif, hal yang sama harus dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan komunikasinya untuk mendapatkan informasi-informasi penting dalam kehidupannya. Sementara itu perkembangan teknologi telekomunikasi berlangsung sangat pesat, siklusnya makin lama makin pendek. Hal itu membuat umur tehknologi telekomunikasi yang belum berusia lama segera dilibas langsung dengan tehknologi baru dan demikian seterusnya begitu. Bermunculan produk baru dengan kecanggihhan internet pada zaman ini di lengkapi dengan fitur-fitur terbarunya dan belum lagi dengan persoalan tarif dan biaya yang harus dikeluarkan suatu kebutuhan untuk mencapai informasi terebut, berbagai penawaran produk dan macam merk untuk pengajuan pemasangan sambungan telepon menjadi pertimbangan masyarakat sendiri untuk

menggunakannya di tempat dan kondisi yang tepat supaya apa yang masyarakat butuhkan dapat terpenuhi semua sesuai kepentingan masing-masing, tidak hanya masyarakat umum biasa, pelaku bisnis dari mulai usaha kecil sampai perusahaan besar sangat berhati-hati dalam memilih produk sambungan telepon ini, di lengkapi dengan pelayanan service terhadap calon pengguna harus baik dan ramah. Menyikapi fenomena ini melaksanakan penyelenggaraan telekomunikasi diperlukan suatu badan pengelola yang baik, seperti yang dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk, yang memiliki potensi tinggi dalam membangun pelayanan telekomunikasi yang di perlukan masyarakat dengan berkomitmen untuk terus berinovasi produk dan layanan di luar sektor-sektor telekomunikasi dengan penawaran berbagai macam produk dan tarif seimbang dengan juga pelayanan terbaik milik telkom. Diharapkan dengan berbagai keunggulannya tersebut maka pelanggan dapat memutuskan untuk membeli pemasangan sambunga telepon sesuai keinginan.

PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang didirikan berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 30 tahun 1965 tentang Pendirian Perusahaan Negara Telekomunikasi. Salah satu PT Telekomunikasi Indonesia Tbk, Palembang ini adalah pelaku usaha yang melayani berbagai keperluan pelanggan Telkom terhadap produk-produk Telkom. Beberapa layanan yang tersedia yaitu, pengajuan jaringan internet Telkom, Telkom indie home, jaringan tv kabel dan pemasangan jaringan sambungan telepon.

Dari uraian diatas, maka penulis terdorong untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan pemasangan jaringan sambungan telepon yang kemudian penulis tertarik untuk memalakukan penelitan dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP PEMASANGAN JARINGAN SAMBUNGAN TELEPON DI PT. TELEKOMUNIKASI (TELKOM) INDONESIA Tbk, PALEMBANG”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang di coba di kemukakan yaitu sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh persepsi kualitas dan sikap konsumen secara simultan terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi kualitas secara parsial terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang
3. Apakah terdapat pengaruh sikap konsumen secara parsial terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas dan sikap konsumen secara simultan terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas secara parsial terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh sikap konsumen secara parsial terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon di PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kegunaan bagi pihak sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dalam bidang manajemen, terutama, mengenai masalah persepsi kualitas dan sikap konsumen terhadap pemasangan jaringan sambungan telepon

2. Bagi Akademik

Sebagai referensi dan masukan untuk perpustakaan Universitas Tridianti Palembang dan sebagai perkembangan penelitian lebih lanjut agar dapat diharapkan dijadikan bahan masukan bagi semua pihak yang membutuhkan, yang berkaitan dengan pemasangan jaringan sambungan telepon

3. Bagi Perusahaan

Untuk bahan pertimbangan manajemen atas keputusan-keputusan program pemasaran PT. Telekomunikasi (Telkom) Indonesia Tbk, Palembang

4. Bagi Pihak Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan acuan.

DAFTAR PUSATAKA

- Abdi, Usman Rianse, 2012. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung.
- Ana, Ramadhanyati, 2019, *Applikasi spss untuk penelitian dan riset pasar*, PT Elex media Komputindo, jakarta.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aprilia, Ragil, Anggriani, 2017, *Pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian produk ponsel Samsung*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- D.r.Msy, Mikial, SE, Msi, Ak. CA, CSRS. 2014, *Pedoman Penulisan Skripsi dan laporan Akhir*. Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.
- Dwi, Surya, Darma, 2018, *Pengaruh harga dan citra merk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian obat pada Apotek K-24 Celentang di Palembang*.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Jaringan_telepon_di_Indonesia_sejarah_telepon_pengembangan_jaringan.
- Kotler, Philip, Armstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium 1. Alih Bahasa: Hendra Teguh, dkk*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2015. *Manajemen Pemasaran. Edisi 11 jilid 1*. PT. Indeks, Jakarta
- Loudon, David L and Albert J. Della Bitta. 2010. *Consumer Behavior Concepts and Applications. Third Edition*. Singapore: MC Graw Hill Inc.

- Lidiawati, 2017, *Pengaruh Persepsi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap di Palembang*. Skripsi UIBA Palembang.
- Nurcahya, Agung, Sulistyia, Budi, 2015, *Pengaruh motivasi, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nugroho, 2013. *Analisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Suzuki swift*. (studikasus pada konsumen Suzuki swift di Semarang).
- Permenkominfo No. 1 Tahun 2010. *Peraturan Menteri Komunikasi (Permenkominfo) No. 1 Tahun 2010. Laman situs resmi Pos dan Telekomunikasi*.
- Ristiyanty, Prasetyo, Jhon J.O. Ihalauw. 2010. *Perilaku Konsumen*, Andi Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan Ke-13. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Wahyuni, D.U. 2010. *Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.