

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI KARTU PERDANA IM3 PADA PT. GRAHA
ANUGERAH PRATAMA DI PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

Muhammad Ridho Oktavian

2001110138

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD RIDHO OKTAVIAN
Nomor Pokok : 2001110138
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kartu Perdana Im3 Pada Pt. Graha Anugerah Pratama di Palembang

Pembimbing Skripsi :
Tanggal 2-9-24 Pembimbing I : Rudi Chairudin, S.E., M.P
NIDN. 0202026201

Tanggal 2-9-24 Pembimbing II : Alinadia, SE., M.M
NIDN. 0207125901

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,



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

Mariyam Zanariah, SE, M.M
NIDN: 0222096301

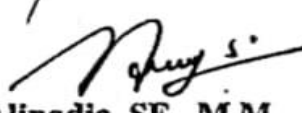
113/PS/DFEB/24

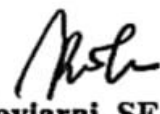
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD RIDHO OKTAVIAN
Nomor Pokok : 2001110138
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Minat Bell Kartu Perdana Im3 Pada Pt. Graha Anugerah Pratama di Palembang

Pembimbing Skripsi :
Tanggal 2-4-24 : Ketua Penguji :  Rudi Chalrudin, S.E., M.P
NIDN. 0202026201

Tanggal 2-4-24 : Penguji I :  Alinadia, SE., M.M
NIDN. 0207125901

Tanggal 2-4-24 : Penguji II :  Hj. Novlarni, SE., M.Si
NIDN. 0221116101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ka. Prodi Manajemen,




Dr. Misy Mikial, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS

NIDN: 0205026401


Mariyam Zanariah, SE, M.M

NIDN: 0222096301

113 /PS/DFEB/ 24

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

“Tetap Berjuang, Terus Berkarya: Membangun Pengetahuan untuk Masa Depan
yang Lebih Baik”

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- **Diri sendiri**
- **Kedua orang tua**
- **Kakak**
- **Adik**
- **Teman dan sahabatku**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada Pt. Graha Anugerah Pratama di Palembang”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dalam Program Studi Manajemen di Universitas Tridinanti. Kami menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini, kami mengalami beberapa kesulitan dan hambatan. Kami juga menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan ini. Namun, kami akan terus berusaha memperbaiki dan mengembangkan hasil penelitian ini dengan harapan dapat mencapai tingkat kesempurnaan yang lebih optimal di masa mendatang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.,Ak.,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE, M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
4. Bapak Rudi Chairudin, S.E.,M.P Selaku Pembimbing I.
5. Ibu Alinadia, SE., M.M Selaku Pembimbing II.
6. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

7. PT. Graha Anugerah Pratama yang telah memberikan akses terbuka untuk melakukan penelitian.
8. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat.
9. Alamamater Manajemen Angkatan 2020

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan skripsi ini juga terbuka atas masukan berupa kritik dan saran dari semua pihak untuk menjadi sempurna.

Palembang, Maret 2024

Penulis

Muhammad Ridho Oktavian

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	xvi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8

2.1.1.1 Fungsi Pemasaran.....	9
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran	10
2.1.2 Citra Merek	11
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek.....	11
2.1.2.2 Indikator Citra Merek	12
2.1.3 Kualitas Jaringan.....	13
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Jaringan.....	13
2.1.3.2 Indikator Kualitas Jaringan	14
2.1.4 Promosi	15
2.1.4.1 Pengertian Promosi	15
2.1.4.2 Tujuan Promosi	16
2.1.4.3 Indikator Promosi.....	16
2.1.5 Minat Beli	17
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli	17
2.1.5.2 Indikator Minat Beli.....	18
2.2 Penelitian yang Relevan.....	18
2.3 Kerangka Berpikir.....	20
2.4 Hipotesis	22

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2.1 Tempat Penelitian	23
3.2.2 Waktu Penelitian.....	23
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	24

3.2.1 Sumber Data.....	24
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.3 Teknik Sampling.....	28
3.4 Rancangan Penelitian.....	31
3.5 Variabel dan Definisi Operasional.....	32
3.5.1 Variabel Penelitian.....	32
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.6 Instrumen Penelitian.....	34
3.6.1 Uji Validitas.....	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Asumsi Klasik.....	36
3.7.2.1 Uji Normalitas.....	36
3.7.2.2 Uji Multikolonieritas.....	37
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.7.2.4 Uji Autokolerasi.....	38
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.7.3 Uji Hipotesis.....	39
3.7.3.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).....	39
3.7.3.2 Uji Signifikasi Parsial (Uji Statistik t).....	40

3.7.4 Analisis Koefisien Korelasi	41
3.7.5 Uji Signifikansi Determinasi (Uji Statistik R^2)	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Gambaran Umum PT. Graha Anugerah Pratama	44
4.1.2 Visi dan Misi PT. Graha Anugerah Pratama	45
4.1.3 Gambaran Umum Responden	46
4.1.4 Hasil Uji Validitas.....	47
4.1.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.1.6 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.1.6.1 Hasil Uji Normalitas.....	50
4.1.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas	50
4.1.6.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	51
4.1.6.4 Hasil Uji Autokorelasi	52
4.1.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.1.8 Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.1.8.1 Hasil Uji F	53
4.1.8.2 Hasil Uji t	54
4.1.9 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	54
4.1.10 Hasil Analisis Koefisien Determinas	55
4.2 Pembahasan.....	56
4.2.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	56
4.2.2 Pengaruh Kualitas Jaringan Terhadap Minat Beli	56

4.2.3 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	57
---	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	59
----------------------	----

5.2 Saran	60
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan.....	18
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian	21
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.3 Pemberian Bobot Skor Skala Ordinal	32
Tabel 3.4 Kriteria Uji D-W	36
Tabel 3.5 Kriteria Penilaian Korelasi.....	40
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Jaringan	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	52
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.13 Hasil Koefisien Korelasi	55
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	19
Gambar 3.1 Macam-macam Teknik Sampling	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	51

ABSTRAK

Muhammad Ridho Oktavian, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Kartu Perdana Im3 Pada Pt. Graha Anugerah Pratama di Palembang. (Dibawah bimbingan Bapak Rudi Chairudin, S.E.,M.P dan Ibu Alinadia, SE., M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek, kualitas jaringan, dan promosi berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang. Objek penelitian ini adalah PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 orang konsumen pengguna Kartu Perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Nilai signifikansi variabel bebas dari uji F adalah $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Citra Merek, Kualitas Jaringan, dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang. Variabel Citra Merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang, hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi ($0,257 > 0,05$). Variabel Kualitas Jaringan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi ($0,008 < 0,05$). Variabel Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang, hal tersebut terbukti dengan nilai signifikansi ($0,011 < 0,05$).

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Jaringan, Promosi, Minat Beli

ABSTRACT

Muhammad Ridho Oktavian, Influence of Brand Image, Network Quality, And Promotion of Interest in Buying Im3 Starter Cards at Pt. Graha Anugerah Pratama in Palembang. (Under the guidance of Mr. Rudi Chairudin, S.E., M.P and Mrs. Alinadia, SE., M.M)

This research aims to find out whether brand image, network quality, and promotion have a simultaneous and partial effect on interest in purchasing IM3 starter cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang. The object of this research is PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang. The sample in this study was 83 consumers using IM3 Starter Cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang. Meanwhile, the data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis.

The results of this research show that the significance value of the independent variable from the F test is $0.000 < 0.05$. This shows that there is a significant influence between the independent variable and the attachment variable. So it can be concluded that Brand Image, Network Quality, and Promotion simultaneously influence Interest in Buying IM3 Starter Cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang. The Brand Image variable has no partial effect on Interest in Buying IM3 Starter Cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang, this is shown by the significance value ($0.257 > 0.05$). The Network Quality variable has a partial effect on Interest in Buying IM3 Starter Cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang, this is shown by the significance value ($0.008 < 0.05$). Promotion variables partially influence interest in purchasing IM3 starter cards at PT. Graha Anugerah Pratama in Palembang, this is proven by the significance value ($0.011 < 0.05$).

Keywords: Brand Image, Network Quality, Promotion, Purchase Interest

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ridho Oktavian

NIM : 2001110138

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Prodi : Manajemen/S1

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Kartu Perdana IM3 Pada Pt. Graha Anugerah Pratama di Palembang” dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak melakukan penjiplakan/plagiat terhadap karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya siap untuk menanggung segala konsekuensinya.



Palembang, Maret 2024

Muhammad Ridho Oktavian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Muhammad Ridho Oktavian, merupakan anak ke 2 dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Rudi Djunaidi dan Ibu Meriati yang lahir di Palembang, 06 Oktober 1993. Memulai pendidikan di SD Negeri 280 pada tahun 1999-2005, SMP Negeri 45 tahun 2005-2008, SMK Negeri 3 Palembang tahun 2008-2011, dan saat ini sedang menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S-1 Manajemen Universitas Tridinanti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kemajuan pesat dalam sistem telekomunikasi memungkinkan masyarakat menikmati berbagai teknologi komunikasi dan informasi. Telepon kabel, telepon seluler, dan internet menjadi topik menarik yang mencerminkan kesadaran masyarakat terhadap perkembangan teknologi telekomunikasi. Khususnya pada telepon seluler, berkat teknologinya yang membantu dalam mencari dan mengakses informasi dari berbagai sumber menunjang semua lapisan masyarakat Indonesia untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Sebagai bentuk komunikasi bergerak, telekomunikasi berbasis seluler dapat melayani banyak pengguna di wilayah geografis yang luas dengan kualitas jaringan yang bersaing, bahkan jika dibandingkan dengan telepon kabel.

Dengan kemajuan dalam sarana berkomunikasi bersama dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, terjadi peningkatan persaingan dalam industri kartu perdana. Hal ini dapat dilihat dari ragamnya kartu perdana dengan berbagai merek yang tersedia di pasar. Persaingan di sektor bisnis, khususnya kartu perdana, semakin kompleks seiring berjalannya waktu. Hal ini tercermin dari jumlah produsen kartu perdana yang banyak menawarkan produk baru dengan inovasi dan promosi menarik, menciptakan persaingan yang ketat di pasar.

Adanya sejumlah besar penyedia layanan di Indonesia memberikan berbagai opsi dan kemudahan bagi pengguna dalam mengakses layanan komunikasi. Terdapat sejumlah penyedia layanan kartu perdana seluler yang umum digunakan di Indonesia saat ini, termasuk Telkomsel, IM3, Axis, XL, Tri (3), dan Smartfren. Keberadaan beragam penyedia layanan tersebut menciptakan tingkat persaingan yang tinggi di sektor telekomunikasi.

Perusahaan-perusahaan berupaya untuk menjaga keberlangsungan mereka dengan mengadopsi strategi pemasaran yang optimal dan menyampaikan pesan kepada target pasar. Persaingan tidak hanya terbatas pada merek kartu perdana, tetapi juga melibatkan persaingan antar perusahaan. Tingginya persaingan dan meningkatnya permintaan konsumen mendorong perusahaan untuk menggunakan berbagai strategi promosi dalam penyampaian pesan kepada masyarakat sehingga dapat mendorong minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Minat pembelian mencerminkan ketertarikan yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu produk atau layanan, dipengaruhi oleh sikap baik eksternal maupun internal konsumen. Evaluasi produk oleh konsumen bergantung pada pengetahuan mereka tentang informasi terkait produk, sehingga minat pembelian dipengaruhi oleh informasi yang diterima konsumen (Rosdiana, 2019). Sebelum melakukan pembelian, minat konsumen dapat muncul karena adanya dorongan yang diberikan oleh promotor, yang dirancang untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Maiti, 2018).

Minat pembelian adalah aspek yang melekat pada setiap individu, yang tidak dapat diprediksi oleh orang lain terkait dengan keinginan dan harapan konsumen (Fidanty, 2016). Minat pembelian terbentuk melalui sikap konsumen terhadap suatu produk, yang berakar dari keyakinan konsumen terhadap produk tersebut. Keyakinan yang rendah terhadap suatu produk dapat mengakibatkan penurunan minat pembelian konsumen. Banyak faktor yang dapat memengaruhi minat pembelian, dan salah satunya adalah citra merek.

Brand image atau citra merek merupakan hasil dari cara konsumen melihat suatu merek (Nasib dkk, 2022). Citra merek menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi persepsi konsumen, dan perusahaan pun menetapkan citra ini sebagai target utama untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. Kebijakan perusahaan dalam memastikan kepuasan konsumen menjadi hal yang krusial, karena semakin tinggi tingkat kepuasan, semakin positif citra mereknya. Kualitas produk dan pelayanan yang unggul memainkan peran penting dalam membentuk citra merek yang baik. Nilai-nilai tersebut menciptakan hubungan jangka panjang antara konsumen dan produk, menjadi alasan utama mengapa konsumen memiliki kepercayaan pada merek dan perusahaan tersebut.

Bagi pembeli, citra merek sangat penting karena menciptakan kualitas dan memberikan perhatian terhadap produk baru yang mungkin memberikan manfaat bagi mereka. Konsumen cenderung percaya bahwa merek yang sudah terkenal di pasaran lebih dapat dipercaya daripada merek yang kurang dikenal, karena merek terkenal menyediakan informasi yang lebih lengkap dibandingkan dengan merek yang kurang populer (Firmansyah, 2023). Merek menjadi penanda keamanan dan

keandalan produk, dan konsumen menganggapnya sebagai faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian.

Bagi penjual, merek merupakan identitas khusus atau ciri khas dari produk mereka, dan memberikan perlindungan hukum terhadap produk tersebut. Dengan adanya merek, konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi karakteristik unik dari setiap produk (Firmansyah, 2023). Para produsen sangat tertarik pada keputusan pembelian konsumen, dan keputusan ini seringkali sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap merek tertentu.

Faktor kedua yang diindikasikan dapat meningkatkan minat beli konsumen dalam membeli kartu perdana yaitu kualitas jaringan (Sumartiningsih, 2021). Kualitas jaringan penyedia layanan menjadi topik yang sangat populer, dengan banyak istilah yang sering muncul, terutama dalam perspektif yang berbeda seperti aspek jaringan (*networking*), pengembangan aplikasi, dan bidang lainnya. Dari segi *networking*, istilah "provider" merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan berbagai jenis layanan kepada lalu lintas jaringan dengan tingkatan kelas yang berbeda. Oleh karena itu, jaringan yang berkualitas seperti kecepatan internet, jangkauan terluas dan terkuat harus diberikan secara terus menerus agar perusahaan tidak kalah dalam bersaing dengan perusahaan lain (Cindy, 2017).

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yaitu promosi. Menurut Tjiptono (2021) promosi adalah aktivitas pemasaran dengan cara menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk. Perusahaan harus mengatur strategi promosi yang tepat agar produk perusahaan

bisa dikenal oleh konsumen. Dengan promosi yang tepat dengan informasi yang terkandung dalam promosi tersebut, maka konsumen akan tertarik membeli suatu produk.

Promosi merupakan salahsatu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang (Syahputra, 2019). Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan pebisnis kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang di hasilkan untuk konsumen. Tujuan promosi adalah untuk mempengaruhi suatu konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan volume penjualan. Dalam promosi kita tidak hanya sekedar berkomunikasi ataupun menyampaikan informasi, tetapi juga menginginkan komunikasi yang mampu menciptakan suasana atau keadaan dimana para konsumen bersedia memilih dan memiliki produk.

PT. Graha Anugerah Pratama merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam penjualan produk kartu perdana seluler salah satunya adalah IM3. Kartu IM3 merupakan kartu prabayar dan pascabayar GSM yang lebih memfokuskan target pasarnya kepada para golongan anak muda. Indosat *Multi Media Mobile* (IM3), menjadi salah satu operator telekomunikasi yang disukai oleh banyak orang dari berbagai kalangan khususnya yang sudah terlalu bergantung dengan adanya internet. Tidak salah jika berbagai jenis paket yang ada di IM3 ini menjadi primadona bagi para pengguna telepon selular karena memang tarif yang ditawarkan sangatlah terjangkau.

Dalam pelaksanaannya, banyak faktor yang dapat mengakibatkan ketidakefisienan dan ketidakefektifan dalam proses penjualan, dan tentu saja, hal tersebut dapat merugikan perusahaan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk dapat mengetahui bagaimana langkah yang harus dilakukan agar perusahaan dapat mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan.

Mengingat latar belakang masalah dan fenomena tersebut diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana **“PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KARTU PERDANA IM3 PADA PT. GRAHA ANUGERAH PRATAMA DI PALEMBANG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan uraian yang telah dijelaskan maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah citra merek, kualitas jaringan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang?
3. Apakah kualitas jaringan berpengaruh secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang?

4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis, membuktikan, dan mengetahui hal-hal sebagai berikut :

1. Pengaruh citra merek, kualitas jaringan, dan promosi secara simultan terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang.
2. Pengaruh citra merek secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang.
3. Pengaruh kualitas jaringan secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang.
4. Pengaruh promosi secara parsial terhadap minat beli kartu perdana IM3 pada PT. Graha Anugerah Pratama di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu bagi peneliti, akademis, dan perusahaan.

a. Bagi Peneliti

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih luas. Penelitian ini juga merupakan syarat peneliti untuk menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Tridinanti Palembang.

b. Bagi Civitas Akademika

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran yang berkaitan dengan citra merek, kualitas jaringan, promosi, dan minat beli. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, bahan pertimbangan, serta memecahkan masalah kepada manajemen perusahaan dalam menerapkan kebijakan-kebijakan utamanya yang menyangkut bidang-bidang yang berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis (2012). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Rajawali Press.
- Alma, Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfabeta, Bandung, ISBN:979-8433-01-7.
- Amstrong., & Kotler (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Anwar Sanusi, 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Assauri, S., 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada.
- Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F. and Nusair, K. (2016) *Consumer Perception of Knowledge-Sharing in Travel-Related Online Social Networks*. *Tourism Management*, 52, 287-296.
- Cindy, Aprillia Bunga (2017). “Analisis Pengaruh Harga Paket, Kualitas Jaringan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. Skripsi (Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Clow, Kenneth E. & Donald Baack. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication (18th Edition)*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Fidanty, N. B. Wahyono (2016). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*, 5(4).

- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS".
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS
21. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program (IBM
SPSS). Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Lina, W. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap
Minat Beli Konsumen Kartu Prabayar Telkomsel Simpati Pada Mahasiswa
Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. *ECOUNTBIS: Economics,
Accounting and Business Journal*, 2(2), 413-418.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ke 3. Salemba
Empat. Jakarta
- Maiti, S. A. (2018). New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya. Pustaka
Abadi.
- Manap, Abdul (2016). Revolusi Manajemen Pemasaran, edisi pertama, Penerbit
PT. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Miao, Guowang; Zander, Jens; Sung, Ki Won; Ben Slimane, Slimane
(2016). *Fundamentals of Mobile Data Networks* (dalam bahasa
Inggris). Cambridge University Press. ISBN 9781107143210.
- Nasib, N., Azhmy, M. F., Nabella, S. D., Rusiadi, R., & Fadli, A. (2022). *Survive
Amidst the Competition of Private Universities by Maximizing Brand Image
and Interest in Studying. Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3317-3328.

- Pranata, S. P. (2022). Pengaruh Keputusan Pembelian Kartu Paket Telkomsel Dari Prespektif Kualitas Jaringan, Citra Merek Dan Promosi (Studi Kasus Pada Siswa Smk Brigjend Katamso II Medan). *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 1(2).
- Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh kepercayaan konsumen terhadap minat beli produk pakaian secara online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 318-330
- Sahputra, B., & Marpaung, H. (2021). Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Paket Internet Smartfren Super 4g Unlimited (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sei Balai). *Jurnal Sains Ekonomi (JSE)*, 2(2), 12-20..
- Schiffman Leon G dan Joseph L. Wisenblit (2015). *Consumer Behaviour Elevent edition*, Person Global Edition.
- Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran : Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Sudaryono (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru
- Sumartiningsih, N. I. (2021). Strategi Pemasaran Provider “Axis” Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen (Studi Pada Siswa Kelas Vi Sd Negeri 3 Anturan Tahun Ajaran 2020/2021). *COMMENT: Jurnal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Sunyoto, Danang (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : *Center for Academic Publishing Service (CAPS)*
- Tjiptono, Fandy (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, (2016). *Service Quality dan Satisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy (2021). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 2. Yogyakarta. Andy.
- Umami, R. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Merek”(Studi Pada Pelanggan Gerai Kosmetik Wardah di Matahari Malang Town Square) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Umar, Sidiq dan Miftachul. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Di Bidang Pendidikan*. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Waode, Shaleha (2014). *Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jaringan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As Padamahasiswa Manajemen Angkatan 2011-2013 Universitas Haluoleo*. Kendari : Universitas Haluoleo.

Wijaya, A. (2018). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga, Dan asosiasi merek terhadap kepuasan Dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Terapan*, 2(01), 1-16.

Zainurossalamia, Saida (2020). Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. Lombok Tengah: FP. Aswaja