

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN DAN
PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA
INTERNET INDOSAT OOREDOO (STUDI PADA
PENGGUNA KARTU PERDANA INTERNET
DI KECAMATAN TAMBANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

OLEH:**AMELIA PUTRI****11970123595****PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN****FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU****2022**


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AMELIA PUTRI
 NIM : 11970123595
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA INTERNET INDOSAT OOREDOO (STUDI PADA PENGGUNA PERDANA INTERNET DI KECAMATAN TAMBANG)

DISETUJUI OLEH
 PEMBIMBING

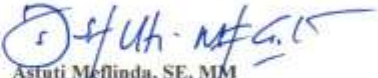

Ferya Syah, SE, MM
 NIK. 130 712 070

MENGETAHUI

DEKAN
 FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL



KETUA PRODI
 S1 MANAJEMEN


Astuti Melinda, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2 018



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Amelia Putri
 NIM : 11970123595
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA INTERNET INDOSAT OOREDOO (STUDI PADA PENGGUNA KARTU PERDANA INTERNET DI KECAMATAN TAMBANG)
 Tanggal Ujian : 26 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
 Astuti Meflinda, SE, MM

Sekretaris
 Fatimah Zuhra, S.Si.,M.Stat

Anggota
 Muklis, SE, MM

Anggota
 Ulfiah Novita, SE., M.Si

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:

Nomor : Nomor 25/2023

Tanggal : 03 September 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AMELIA PUTRI
 NIM : 11970123595
 Tempat/ Tanggal lahir : pulau tengah / 26 - Juni - 2002
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu sosial
 Prodi : Manajemen

Judul Skripsi:

Pengaruh persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan promosi Terhadap Pembelian ulang perdana internet Indosat Ceredec (studi pada pengguna perdana internet di Kecamatan Tambang)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena ini Skripsi ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 10 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,


 AMELIA PUTRI
 11970123595

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN DAN
PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA
INTERNET INDOSAT OOREDOO (STUDI PADA
PENGGUNA KARTU PERDANA INTERNET
DI KECAMATAN TAMBANG)**

AMELIA PUTRI

NIM. 11970123595

pembelian ulang adalah tindakan yang dilakukan konsumen setelah melakukan pembelian, terjadinya kepuasan atau tidak kepuasan pasca pembelian terhadap suatu produk yang dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya. Ketika melakukan pembelian ulang konsumen sering kali melakukan pertimbangan terlebih dahulu. Adapun dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Jaringan dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Kartu Perdana Internet Indosat Ooredoo Di Kecamatan Tambang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan responden sejumlah 100 masyarakat yang berada di kecamatan tambang yang menggunakan kartu perdana internet Indosat Ooredoo. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan Promosi berpengaruh terhadap Pembelian Ulang. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya pengaruh dari variabel Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan Promosi secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 58,1% terhadap Pembelian ulang, Sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, Promosi, Pembelian Ulang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin,

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Jaringan Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Perdana Internet Indosat Ooredoo Pada Pengguna Kartu Perdana Internet Di Kecamatan Tambang”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Strata I Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini saya persembahkan secara khusus kepada Orang Tua tercinta dan tersayang, yaitu Ayahanda Suherman dan Ibunda Zuraida, Adik saya serta saudara dan sepupu saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang turut meluangkan waktunya dalam membantu penulis.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapat bimbingan, nasehat, masukan, saran dan bantuan dari berbagai pihak Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof.Dr.Khairunnas Rajab,M.Ag. Selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr.Hj Mahyarni, SE,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Kamarruddin, S,Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M. Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda,SE, MM. selaku Kaprodi Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Ermansyah, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.
8. Bapak Fakhurrozi, SE,MM selaku Dosen Penasehat Akademik dan Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah mengajar dan membimbing penulis selama duduk di bangku perkuliahan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10. Segenap karyawan dan tata usaha Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah ikhlas dan sabar membantu penulis dalam segala urusan di kampus.
11. Kelurga besar Alm. Yulis dan Karimi yang mana telah memberi arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik dan benar.
12. Teman seperjuangan , Elsa Firjatullah, Afifah Rahmawati, Listia Wati, Na Vella Purnama yang selalu memberi semangat, nasehat dan do'a kepada penulis.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu disini yang telah ikhlas membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Semoga penelitian skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis dan pembaca sekalian.

Wassalamu 'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Pekanbaru, 23 April 2023

Penulis

AMELIA PUTRI


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2.Rumusan Masalah	8
1.3.Tujuan Penelitian	8
1.4.Manfaat Penelitian	9
1.5.Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1.Pembelian Ulang	11
2.1.1 Pengertian Pembelian Ulang	11
2.1.2 Indikator Pembelian Ulang	12
2.2.Persepsi Harga	12
2.2.1 Pengertian Persepsi Harga	12
2.2.2 Indikator Persepsi Harga	15
2.3.Kualitas Jaringan	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Jaringan	16
2.3.2 Indikator Kualitas Jaringan	18
2.4.Promosi	18
2.4.1 Pengertian Promosi	18
2.4.2 Elemen-Elemen Promosi	19
2.4.3 Indikator Promosi	20
2.5.Penelitian Terdahulu	20
2.6.Hipotesis	23
2.7.Kerangka Pemikiran	25
2.8.Konsep Operasional Variabel	26
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1.Lokasi dan Waktu Penelitian	29
3.2.Jenis dan Sumber Data	29
3.2.1 Jenis Penelitian	29
3.2.2 Sumber Penelitian	29
3.3.Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.3.1 Populasi	30



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.2	Sampel.....	30
3.4.	Skala Pengukuran.....	31
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5.1	Angket.....	32
3.5.2	Observasi.....	33
3.6.	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.	Uji Kualitas Data.....	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reabilitas.....	34
3.8.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.8.1	Uji Normalitas.....	34
3.8.2	Uji Multikoloniaritas.....	35
3.8.3	Uji Autokorelasi.....	35
3.8.4	Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.9.	Regresi Linier Berganda.....	36
3.10.	Uji Hipotesis.....	37
3.10.1	Uji Simultan (Uji F).....	38
3.10.2	Uji Parsial (Uji t).....	39
3.10.3	Uji Determinasi (R^2).....	40
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....		41
4.1.	Letak Geografis Kecamatan Tambang.....	41
4.2.	Visi dan Misi.....	41
4.3.	Perekonomi Di Kecamatan Tambang.....	42
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		46
5.1	Karakteristik Responden.....	46
5.1.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
5.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	47
5.2	Analisis Data.....	47
5.2.1	Jawaban Responden Terhadap Pembelian Ulang (Y).....	48
5.2.2	Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga (X1).....	50
5.2.3	Jawaban Responden Terhadap Kualitas Jaringan (X2).....	52
5.2.4	Jawaban Responden Terhadap Promosi (X3).....	55
5.3	Uji Kualitas Data.....	57
5.3.1	Uji Validitas.....	57
5.3.2	Uji Reliabilitas.....	62
5.4	Uji Asumsi Klasik.....	63
5.4.1	Uji Normalitas.....	63
5.4.2	Uji Multikolienieritas.....	65



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.4.3 Uji Heterokedastisitas	66
5.4.4 Uji Autokorelasi	67
5.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	68
5.6 Uji Hipotesis	69
5.6.1 Uji Secara Parsial (uji T).....	69
5.6.2 Uji Secara Simultan (uji F)	71
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
5.7.1 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Pembelian Ulang	74
5.7.2 Pengaruh Kualitas Jaringan terhadap Pembelian Ulang	74
5.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Pembelian Ulang.....	75
5.7.4 Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Jaringan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	76
BAB VI PENUTUP	78
6.1.Kesimpulan.....	78
6.2.Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

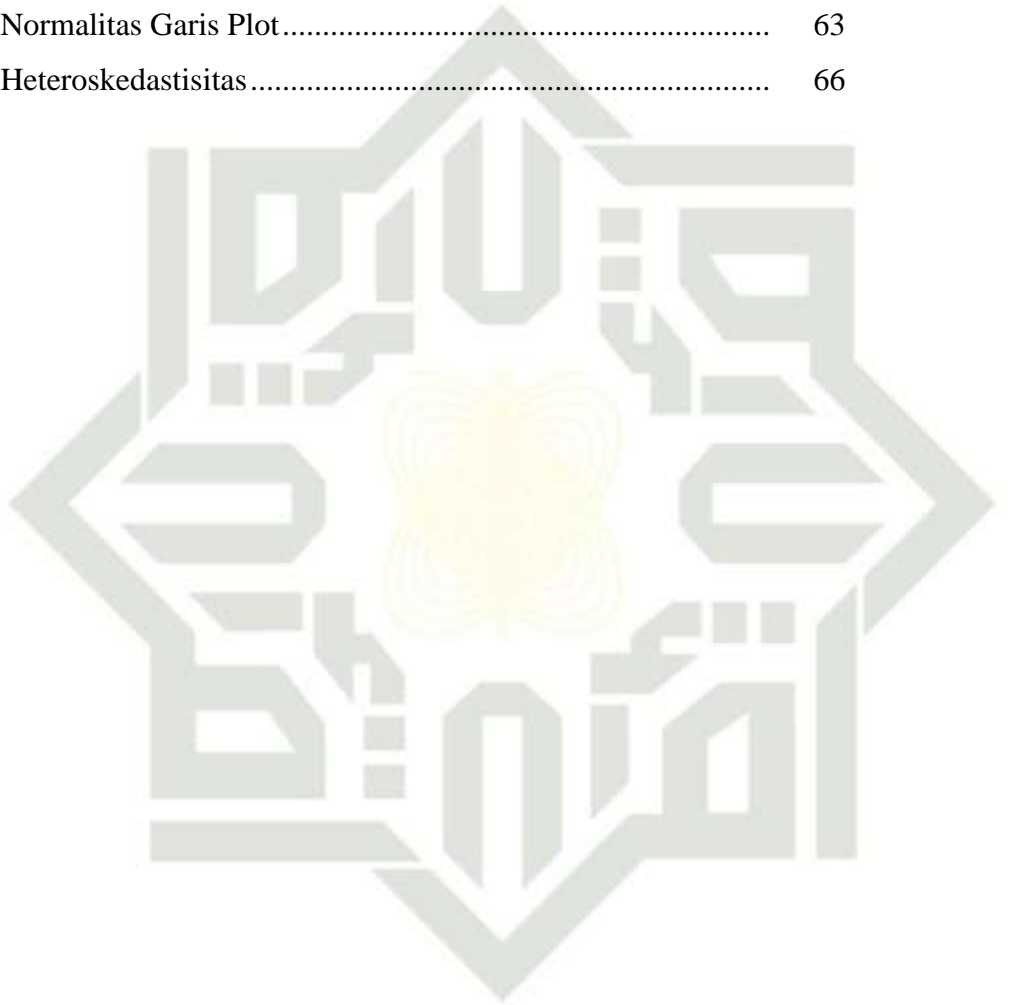


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Promosi Produk.....	5
Gambar 1.2 Data Pengguna Operator di indonesia.....	6
Gambar 1.3 Data Registrasi Kartu Prabayar.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 5.1 Uji Normalitas Garis Plot.....	63
Gambar 5.2 Uji Heteroskedastisitas.....	66



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi sangatlah pesat yang dimana sekarang sudah memasuki era modernisaitentunya banyak sekali memberikan manfaat dan dampak dalam berbagai aspek. Perkembangan teknologi yang mana hari demi hari semaking maju, sehingga manusia bisa menggunakan berbagai macam alat untuk membantu aktivitas sehari-hari, contohnya saja dalam berkomunikasi. Komunikasi merupakan interaksi yang melibatkan antar sesama manusia seperti guru kepada murid, atasan kepada bawahan, orang tua dan anaknya. Alat yang digunakan untuk berkomunikasi adalah smartphone.

Smartphone merupakan alat komunikasi dua arah yang mana bisa dibawa kemana saja, smartphone tidak hanya digunakan untuk komunikasi saja namun smartphone bisa digunakan untuk berfoto, video call dan mengakses internet. Peran dari smartphone disini sangatlah penting yaitu sebagai alat penghubung yang memerlukan *sim card*. Sim card disini memiliki peran yang penting dimana bisa menghubungkan pengguna smartphone/telepon genggam satu dengan lainnya. Penyedia layanan informasi (*provider*) menyediakan berbagai sinyal internet.

Telpon genggam sekarang sudah menjadi keharusan yang dimiliki oleh setiap orang tidak terkecuali anak-anak. Sekarang dengan menggunakan telepon genggam sekarang berkomunikasi tidak lagi harus bertatap muka dengan menggunakan panggilan suara atau video call. Semakin berkembangnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

zaman maka semakin canggih pula teknologi yang dimiliki. banyaknya provider yang menyediakan layanan dan mempermudah untuk mengakses internet. Mereka mengunka berbagai strategi-strategi digunakan untuk menarik konsumen bertujuan untuk mencapai laba dari hasil penjualan.

Dalam penelitian ini penulis menemukan masalah yang sering muncul yaitu tentang keputusan untuk melakukan pembelian ulang yang dimiliki oleh konsumen. Kesetiaan dalam pembelian ulang merupakan tindakan yang dilakukan konsumen setelah melakukan pembelian, terjadinya kepuasan atau tidak kepuasan pasca pembelian terhadap suatu produk yang dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya, apabila konsumen merasa puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang membeli tinggi untuk membeli produk tersebut (**Kotler & Keller, 2016**).

Dalam proses melakukan pembelian ulang, yang menjadi salah satu hal utama yang perusahaan indosat ooredoo perhatikan adalah persepsi harga karena berpengaruh terhadap pelanggan. dalam memilih produk konsumen sangatlah sensitif mengenai harga dapat dilihat dalam kemampuan memilih produk berdasarkan manfaat yang di berikan. Harga merupakan element yang sangat penting dalam melakukan proses transaksi, Harga adalah suatu uang yang harus dibayar apabila ingin membeli barang atau jasa yang konsumen inginkan (Kotler ; 2001). Perusahaan akan berupaya untuk mempersiapkan harga yang terjangkau, karena harga sangat berpengaruh langsung pada penjualan dan laba perusahaan. harga yang terjangkau biasanya menarik minat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen untuk melakukan pembelian, apalagi kalangan pelajar yang mana uang sangat minim.

Berikut merupakan perbandingan harga pengisian ulang yang 30 hari/sebulan provider Indosat Ooredoo dan Telkomsel:

Tabel 1.1

Perbandingan Harga Indosat Ooredoo dan Telkomsel

No	Indosat Ooredoo	Telkomsel
1	7 GB / Rp 13.000	4 GB / Rp 14.000
2	20 GB / Rp 50.000	18 GB / Rp 50.000
3	11 GB / Rp 24.000	11 GB / Rp 33.000
4	33 GB / Rp 80.000	27 GB / Rp 91.000

Sumber: *My Im3 & My Telkomsel*

Selain itu kualitas jaringan menjadi salah satu yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian uang. Tak bisa dipungkiri lagi internet sudah menjai suatu kewajiban yang selalu ada dan dimiliki oleh setiap pengguna telepon genggam. kualitas jaringan didefenisikan sebagai kemampuan yang dimiliki dari suatu sistem jaringan data untuk memenuhi harapan pengguna dengan menyediakan fungsi seperti apa yang diinginkan dengan cara berulang dan tepat waktu (Suryati, 2015). Menurut *Thaichon dan Antonio* kualitas jaringan adalah pendorong paling utama dalam ualitas layanan secara keseluruhan. Pada layanan *Internet Service Provider (ISP)*, Pelanggan dapat menilai kualitas jaringan berdaarkn kualitas dan kekuatan sinyal jaringan yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimiliki oleh perusahaan.penting agi perusahaan untuk selalu menjaga kualitas jaringan agar selalu tetap baik, karena kualitas jaringan yang buruk dapat mempengaruhi kepercayaan dan persepsi pelanggan terhdap kualitas jaringan yang dimiliki.

Di kecamatan tambang untuk jaringan indosat ooredoo itu sendiri memiliki jaringan yang yang hampir setara dengan jaringan telkomsel, yang dimana kualitas jaringannya memiliki kecepatan yang lancer.

Selain dari persepsi harga dan kualitas jaringan, terdapat juga promosi yang juga menjadi salah satu pengaruh yang diperhatikan konsumen dalam melakukan pembelian ulang.Promosi merupakan suatu elemen yang sangat penting dalam pemasaran yang berguna bagi komsumen sebagai paparan dalam mengetahui informasi. Menurut Hurriyati (2015). melakukan promosi dengan benar tentu akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, promosi yang dilakukan diharapkan menyampaikan dan memberikan informasi yang jelas kepada calon konsumen dengan harapan dapat mempengaruhi Pembelian.Promosi yang dilakukan pt indosat ooredoo hutchison tbk adalah dengan melakukan Collabonation Tour dengan menghadirkan artis ternama seperti Isyana sarasvati, Randy pandugo, Barasuara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1
Promosi Produk



Sumber: <https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fera.cognitix.id%2F%2Fcognitix-media%2Fimages%2Fevents%2Ff150aafac%2Fevent->

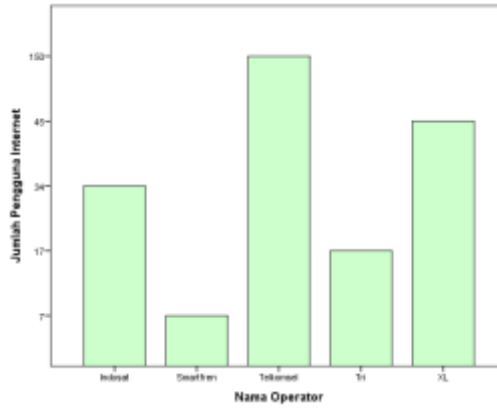
Promosi selanjutnya yang digunakan oleh pihak indosat ooredoo melakukan kontrak kerja sama dengan pihak penyelenggara acara pertandingan persahabatan antara argentina dan indonesia yang mana indosat ooredoo menjadi salah satu sponsor pada pertandingan tersebut, selain itu pihak indosat ooredoo juga bekerja sama dengan influencer atau artis dimana mereka menjadi *brandambasador* dari indosat ooredoo itu sendiri, dan promosi lain yang dilakukan oleh pihak indosat dengan cara memasang baliho atau spanduk.

Di Indonesia operator seluler yang sering digunakan yaitu Telkomsel, Indosat, XL, Tri (3), dan Smartfren. Pada tahun 2018 data pengguna operator seluler mencapai angka 254.792.159 pelanggan yang di antaranya Telkomsel mempunyai pelanggan sebanyak 150 juta pengguna, lalu menyusul XL dengan pelanggan sebanyak 45 juta pengguna, selain itu ada Indosat yang mencapai angka 34, kemudian Tri 17 juta dan yang terakhir Smartfren 7 juta pengguna (Kominfo, 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

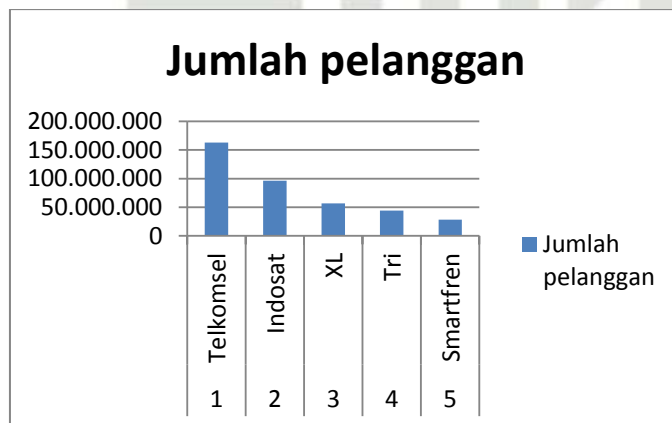
Gambar 1.2
Pengguna operator di Indonesia Tahun 2018



Sumber ;Kominfo, 2018.

Sedangkan menurut *cnbcindonesia.com* jumlah peggungan prabayar yang telah berhasil registrasi ulang atau melakukan registrasi baru sebanyak 387.890.000 pelanggan.

Gambar 1.3



Sumber: *cnbcindonesia.com* 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut survey awal yang telah penulis lakukan dikecamatan tambang kabupaten Kampar.

Tabel 1.2

Survey awal pengguna provider kec. tambang

No	Provider	Jumlah Pengguna
1	Telkomsel	239
2	Indosat	164
3	Smartfrent	40
4	XI	27
5	Tri	8

Sumber: Survey awal 2022

Dari 17 desa yang ada di kecamatan tambang memiliki kurang lebih 98.939 jiwa penduduk dimana hasil survey awal yang dilakukan oleh penulis terhadap pengguna provider yang ada di kecamatan tambang, maka dapat disimpulkan bahwa pengguna provider indosat ooredoo sebanyak 164 pengguna.

Peneliti melakukan penelitian terhadap Pengguna Kartu Perdana Internet Indosat Ooredoo dikarenakan Indosat Ooredoo merupakan kartu perdana internet yang banyak digunakan setelah Telkomsel, dan penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat yang berada di Kecamatan Tambang yang menggunakan Indosat Ooredoo. Dari penjelasan diatas penulis tertarik



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang meminumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN, DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA INTERNET INDOSAT”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang?
2. Apakah kualitas jaringan secara parsial berpengaruh terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang?
3. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang?
4. Apakah persepsi harga, kualitas jaringan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang harus dicapai dalam penulisan ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas jaringan terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Untuk mengetahui persepsi harga, kualitas jaringan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari rumusan masalah diatas penulis mendapatkan beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam penelitian ini, semoga memberikan kontribusi keilmuan tentang persepsi harga, kualitas jaringan, dan promosi dan pembelian ulang konsumen indosat Ooredoo,

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan masukan yang bermanfaat khususnya bagi penulis dan masyarakat yang ingin menggunakan kartu indosat ooredoo mulai dari harga, kualitas jaringan hingga promosi yang dilakukan.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh atau acuan jika ada peneliti ingin melakukan penelitian dengan tema yang sama, dan bisa juga menjadi koleksi penlitian yang ada di perpustakaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui lebih jelas tentang hasil penelitian ini penulis membagi menjadi beberapa bagian agar lebih mudah untuk ditelaah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan latar belakang penelitian. Selain itu, juga membahas tentang batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan ditutup dengan sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang kajian teori, telaah pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang lokasi dalam penelitian, jenis penelitian, populasi, dan sampel, hingga teknik pengumpulan data, dan analisis data yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan sejarah singkat lokasi penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab yang memaparkan tentang hasil yang di peroleh selama penelitian serta pembahasan.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini mengemukakan tentang kesimpulan dari apa yang telah penulis uraikan serta saran yang berhubungan dengan masalah yang di hadapi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pembelian Ulang

2.1.1 Pengertian Pembelian Ulang

Pembelian ulang merupakan tindakan yang dilakukan konsumen setelah melakukan pembelian, terjadinya kepuasan atau tidak kepuasan pasca pembelian terhadap suatu produk yang dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya, apabila konsumen merasa puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang membeli tinggi untuk membeli produk tersebut (**Kotler & Keller, 2016**). Pembelian ulang dapat dilakukan jika konsumen merasakan kepuasan atas produk yang dibelinya dan juga dimana tersebut sesuai dengan ekspektasi dan harapan konsumen. Kepuasan yang dimiliki seorang konsumen bisa menjadi pendorong agar konsumen tersebut melakukan pembelian ulang.

Ketika konsumen telah merasakan nilai guna yang bermanfaat dari suatu produk atau jasa maka akan timbul rasa senang dan puas (**Aryadhe dan Rastini, 2016**). Oleh karena itu konsumen ingin melakukan pembelian ulang karena sudah memiliki ikatan secara emosional dari pengalaman yang diperoleh. Pembelian ulang yang tinggi mencerminkan dimana tingkat kepuasan yang dimiliki konsumen sangat tinggi untuk membeli produk atau jasa. Membeli kembali atau tidak suatu produk timbul setelah mencobanya lalu kemudian timbul rasa suka terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Rasa suka atas produk timbul apabila konsumen mempunyai persepsi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengatakan bahwa produk atau jasa yang digunakan berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi keinginan dan harapan konsumen.

Dari uraian diatas penulis menarik kesimpulan bahwa pembelian ulang dapat terjadi apabila konsumen merasa puas atau merasa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan harapan. Dapat dilihat dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen berdasarkan pengalaman dalam melakukan pembelian yang pernah dilakukan dan akan timbul perasaan senang dan puas. Hal tersebut akan membuat konsumen berniat membeli ulang.

2.1.2 Indikator Pembelian Ulang

Menurut **Bolton (2000)** Pembelian dapat diukur dengan 2 cara :

1. Keputusan konsumen apakah akan membeli produk yang sama lagi.
2. Keputusan konsumen dalam membeli berapa banyak produk tersebut dibeli.

2.2 Persepsi Harga

2.2.1 Pengertian Harga

Dalam proses jual beli harga merupakan salah satu bagian terpenting karena harga adalah menjadi alat tukar dalam melakukan transaksi. Jadi harga harus ditetapkan Menurut **Samsul Ramli, (2014)** pengertian persepsi harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk.). Harga sering kali dijadikan indikator nilai jika



harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan suatu barang dan jasa.

Dalam menetapkan harga suatu barang atau jasa tidaklah semudah yang dibayangkan perlu banyak sekali pertimbangan yang dilakukan, hal tersebut dilakukan agar tidak merugikan pihak manapun. Perusahaan harus banyak melakukan survei sebelum menentukan harga karena jika salah dalam penetapan harga maka bisa menyebabkan produk atau jasa yang dijual tidak diterima di masyarakat. Dari segi konsumen, mereka menginginkan produk atau jasa yang berkualitas dan tentu harganya terjangkau, Jadi jika keduanya saling menguntungkan maka pembelian akan terjadi. Harga yang ada dipasar juga tidak sepenuhnya diterima di masyarakat, harga yang murah saja tidak selalu menjadi daya tarik bagi konsumen yang terus mengalami perubahan gaya hidup.

Masyarakat saat ini yang sudah modern dengan gaya hidup yang semakin lama semakin konsumtif menuntut untuk dapat meningkatkan minat belinya dalam memperoleh suatu produk. Konsumen merupakan individu yang mempunyai sifat dan perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan pembelian. Penilaian yang diberikan setiap konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa yang mereka terima berbeda-beda. Persepsi konsumen terhadap harga bisa berpengaruh terhadap keputusannya untuk membeli suatu barang sehingga perusahaan harus dapat memberikan citra persepsi yang baik bagi konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Harga mempengaruhi kualitas produk. Kualitas produk menyangkut tingkat kepuasan konsumen dalam membeli atau memakai suatu barang atau jasa. Apabila perusahaan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen, maka kemungkinan konsumen tersebut nantinya akan kembali untuk membeli lagi produk tersebut dikemudian hari. Maka kualitas produk sangat penting dalam menentukan minat konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa. Dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa konsumen akan melakukan banyak pertimbangan yang dilakukan mulai dari segi kualitas bahkan konsumen juga memikirkan harga dari produk tersebut. Harga adalah salah satu pemicu konsumen dalam melakukan ulang. Jika suatu produk atau jasa mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang mahal namun tidak sesuai harapan atau lebih cenderung tidak memberikan manfaat yang besar, maka yang terjadi adalah produk atau jasa tersebut telah memiliki nilai negative di mata konsumen. Sebaliknya, apabila produk dan jasa yang ditawarkan memberikan manfaat yang besar bagi konsumen atau memiliki nilai guna yang positif maka konsumen akan berpersepsi bahwa produk tersebut layak untuk dibeli kembali.

Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Konsumen sering kali beranggapan bahwa harga yang murah kualitasnya buruk, sedangkan yang mahal kualitasnya sudah tentu bagus. Didukung oleh penelitian (**Dodds, 1991**), yang menyatakan bahwa konsumen akan membeli produk atau jasa bermerek jika harganya dipandang layak oleh mereka. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harga yang dipahami secara keseluruhan oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka yang menggunakan.

2.2.2 Indikator Persepsi Harga

Ada empat indikator harga menurut **(Kotler & Amrstong)** dalam **(Yuwan Soelistio, 2016)** yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga yang dimaksud disini konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Dalam satu merek biasanya harga ada dari yang termurah hingga yang termahal sekalipun. Dengan harga yang ditetapkan konsumen akan membeli produk atau jasa yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas dan layanan

Kesesuaian harga dengan kualitas produk sering kali dijadikan indikator kualitas bagi konsumen yang mana mereka beranggapan harga yang mahal akan memberikan kualitas atau manfaat yang sebanding dengan harga yang ditawarkan. Apabila harganya murah orang cenderung menilai produk atau jasa yang dijual tidak memiliki kualitas apapun.

3. Daya saing harga

Daya saing dalam meletakkan harga seringkali jadi pemicu yang dipertimbangkan oleh konsumen antara satu produk dengan produk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk menjadi pertimbangan pada saat akan membeli suatu produk yang diinginkan.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Setiap konsumen pasti ingin membeli sesuatu yang bermanfaat bagi mereka mau sekecil apapun, jika konsumen memutuskan untuk membeli sesuatu maka dia sudah memikirkan manfaat yang akan didapat dari produk tersebut. Jadi apabila konsumen membeli produk yang manfaatnya sedikit dengan harga yang ditawarkan mahal, maka konsumen akan berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut.

2.3 Kualitas Jaringan

2.3.1 Pengertian Kualitas Jaringan

Kualitas Jaringan merupakan penentu bagus atau tidaknya suatu provider jika dalam mengakses sesuatu terdapat proses yang lama berarti jaringan yang dimiliki provider tersebut tidak bagus akan tetapi apabila jaringannya cepat biasanya dalam mengakses apapun akan lebih mudah. Kualitas jaringan adalah titik yang menghubungkan dengan titik lain dengan adanya koneksi sehingga dapat menginformasikan suatu informasi (Waode, 2014). Jaringan internet sekarang terdapat berbagai macam-macam. Kualitas jaringan merupakan salah satu pendorong dari kualitas layanan secara keseluruhan. Konsumen secara langsung dapat menilai kualitas jaringan berdasarkan kecepatan yang dimiliki suatu provider dalam mengakses sesuatu.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas jaringan merupakan bagian dari kualitas produk dimana kualitas produk disini merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh pihak perusahaan dalam memberikan penawaran yang berbeda sehingga konsumen memiliki anggapan atau persepsi bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki nilai tambahan sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Secara operasional, produk harus memiliki tingkat kualitas tertentu agar dapat menarik konsumen, serta akan mampu membentuk persepsi konsumen agar memunculkan minat konsumen agar dapat melakukan pembelian lagi.

Kualitas jaringan sangat berpengaruh dalam pembelian ulang dimana jika kualitas jaringan yang ditawarkan bagus maka konsumen akan suka dan melakukan pembelian ulang begitupun sebaliknya jika kualitas dari jaringan tidak bagus maka konsumen tidak akan pernah membeli produk itu lagi. Kata kualitas memiliki berbagai artian yang setiap orang mengartikannya lain, berikut beberapa definisi yang dapat dijumpai memiliki kesamaan walaupun hanya dalam segi pengapaiannya saja sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha yang memenuhi harapan dan keinginan konsumen.
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang indetik berubah-ubah.

2.3.2 Indikator Kualitas Jaringan

Indikator kualitas jaringan ada tiga yaitu:

1. Kecepatan internet
2. Jangkauan terluas hingga pelosok kota



3. Jangkauan terkuat

2.4 Promosi

2.4.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan bauran pemasaran yang penting untuk dilaksanakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk. Promosi adalah suatu jenis komunikasi yang memberikan penjelasan untuk meyakinkan calon konsumen tentang barang atau jasa. Tujuan dari promosi adalah menginformasikan, merayu dan membujuk calon pelanggan. Kegiatan promosi ini bisa meningkatkan pembelian produk yang dijual, karena dengan promosi yang dilakukan secara berulang dapat memicu sikap penasaran yang dimiliki oleh calon konsumen.

Indosat Ooredoo sebagai provider yang cukup terkenal yang mana perusahaan Indosat tidak akan lengah terhadap promosi yang akan dilakukan, jadi berbagai macam cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik daya tarik konsumen agar melakukan pembelian ulang mulai dari iklan di tv, youtube, spanduk hingga melakukan kerja sama dengan artis atau *influencer* agar bisa menjadi *brandambasador* perusahaan.

Sekarang pihak Indosat Ooredoo juga telah melakukan kerjasama dengan artis ternama di Indonesia yaitu Isyana, dengan mengadakan konser di berbagai kota dengan hanya membeli paket internet Indosat Ooredoo para penggemar Isyana dapat menikmati konser, selain itu pihak Indosat ikut menjadi salah satu sponsor dalam acara pertandingan persahabatan yang di

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adakan oleh PSSI tentu ini menjadi peluang besar bagi pihak perusahaan indosat ooredoo yang mana produknya bisa dikenal pada kalangan pecinta sepakbola.

Selanjutnya promosi juga berhubungan dengan pembelian ulang contohnya konsumen yang menjadi penggemar isyana pasti merasa mudah untuk bertemu isyana cukup dengan membeli kartu indosat saja mereka dapat melihat idola mereka. dan promo yang dilakukan indosat adalah hanya dengan membeli ulang paket kuota internet di aplikasi my im3 mereka bisa mendapatkan kuota gratis dari 1-5 gb dan yang lebih peting dapat paket nelpon sesama pengguna indosat sepuasnya.

2.4.2 Elemen-Elemen Promosi

Menurut (Assuri) dalam Putrid an Safitri, 2015, ada empat elemen promosi antara lain:

1. Periklanan (*advertising*), yaitu suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan. Media yang sering digunakan untuk melakukan iklan seperti Tv, Media Sosial, Bil-Board, dan lain sebagainya.
2. Tenaga Penjualan (*Personal selling*), adalah juru bicara dalam suatu pembicaraan yang dilakukan dengan calon konsumen yang mana bertujuan untuk terealisirnya penjualan.
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), merupakan segala kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk menarik konsumen dengan hadir di



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pameran, pertunjukan, hingga segala usaha penjualan yang dilakukan secara tidak teratur dan kontinyu.

2.4.3 Indikator Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Syahputra & Herman, 2020) indikator – indikator promosi diantaranya :

1. Pesan Promosi Adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan ke konsumen atau pasar.
2. Media Promosi Adalah media yang dipilih dan digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Perbedaan	Hasil
1	Nur Elisah Afrianti (2019)	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Pembelian Ulang Produk Keju Prochiz (Studi Kasus Pada Pt. Mulia Boga Raya)	Perbedaan Variabel Produk :	Simpulan yang di dapatkan dari penelitian ini ada pengaruh antara variabel X & Y.
2	Rosid Abdul Rohman(2017)	Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Merek, Dan Persepsi Risiko Terhadap Pembelian Ulang Melalui Persepsi Nilai (Studi Pada Konsumen Susu Formula Bebelac Di Yogyakarta)	Perbedaan Variabel Persepsi Merek dan Persepsi Resiko :	Simpulan yang di dapatkan dari penelitian ini ada pengaruh signifikan antara variabel X & Y.
3	Muhammad Dirja Prasetya (2020)	Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ulang grab food Mahasiswa UPN Yogyakarta.	Perbedaan Variabel Harga dan kualitas jaringan. :	Variabel kualitas jaringan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	Devi Resti, Harry Soesanto	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Beli Ulang Pada Rumah Kecantikan Sifra Di Pati	Perbeaan : Variabel Kualitas Pelayanan	Simpulan yang didapatkan dari penelitian ini ada pengaruh signifikan antara variabel X & Y.
5	Agustina Ekasari (2020)	Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan Dan Promosi Terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo	Perbeaan : Variabel Kualitas Produk dan Harga	Variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.
6	Sri Nikmah (2013)	Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Pembelian Ulang Kartu Prabayar Indosat Im3 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas	Perbeaan : Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan	Simpulan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Diponegoro Semarang		
7	Bayu Sahputra	Pengaruh Kualitas Jaringan, Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Paket Internet Smartfren Super 4g Unlimited (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sei Balai)	Perbeaan Variabel Harga :	Simpulan yang didapatkan dari penelitian ini ada pengaruh signifikan antara variabel X & Y.

2.6 Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan (**Handayani & Irianto**), Persepsi harga berpengaruh langsung terhadap Pembelian uang. Semakin pantas persepsi harga yang diterima konsumen, maka semakin besar pula minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan:

H1 : Diduga Persepsi Harga berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan (**Ade Irma novia, 2019**) Hasil uji parsial kualitas jaringan berpengaruh signifikan terhadap



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembelian ulang, diperoleh nilai $t_{hitung} = (4,130) > t_{tabel} (1,992)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Dari hasil penelitian terdahulu dapat di simpulkan:

H2 : Diduga Kualitas Jaringan berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **(Bayu sahputra & Halimatusaddiah Marpaung)** Hasil uji parsial pada variabel promosi menghasilkan nilai $t_{hitung} = 4,049 > t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Dari hasil penelitian terdahulu dapat di simpulkan:

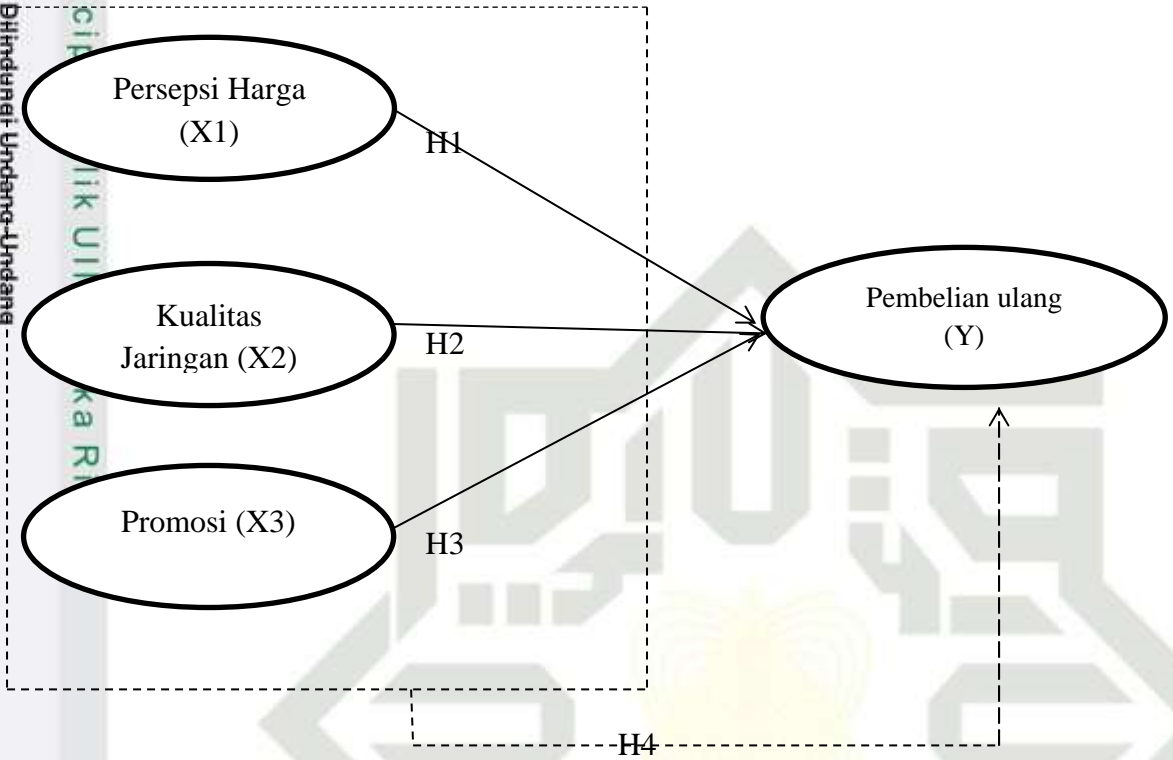
H3 : Diduga Promosi berpengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang perdana internet indosat Ooredoo Kec. Tambang.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh **(Ainun Sakinah, 2021)** Hasil uji simultan pengaruh persepsi harga, kualitas jaringan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian ulang. Dari hasil penelitian terdahulu dapat di simpulkan:

H4 : Diduga Persepsi harga, kualitas jaringan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap Pembelian ulang perdana internet indosat ooredoo Kec. Tambang.



2.7 Kerangka Pemikiran



Sumber: (Nugroho, 2010)

Persepsi Harga, Kualitas Jaringan Dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Perdana Internet Indosat Ooredoo

Keterangan:

-----> :Pengaruh Secara Simultan

-----> : Pengaruh Secara Parsial

X1 : Persepsi Harga

X2 : Kualitas Jaringan

X3 : Promosi

Y : Pembelian Ulang

- Hak Cipta Dilindungi-Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.8 Konsep Operasional Variabel

Tabel 2.2

Konsep Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Pembelian Ulang (Y)	pembelian ulang merupakan tindakan yang dilakukan konsumen setelah melakukan pembelian, terjadinya kepuasan atau tidak kepuasan pasca pembelian terhadap suatu produk yang dapat mempengaruhi perilaku selanjutnya (Kotler & Keller, 2016).	Menurut Bolton (2000) Pembelian dapat diukur dengan 2 cara : 1. Keputusan konsumen apakah akan membeli produk yang sama lagi. 2. Keputusan konsumen dalam membeli berapa banyak produk tersebut dibeli.	Likert
Persepsi Harga (X)	persepsi harga adalah nilai relatif yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indikator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan	Indikator Harga Menurut Kotler & Keller dalam Putra d sebagai berikut: 1. Kejangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dan	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	untuk menghasilkan produk (Samsul Raml:2014)	<p>kualitas produk</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 	
Kualitas Jaringan (X2)	<p>Kualitas jaringan merupakan titik yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya dengan adanya koneksi yang tersedia sehingga dapat melakukan komunikasi antar orang lain untuk menyampaikan suatu informasi (Waode :2014).</p>	<p>Indikator Kualitas Jaringan dalam mengukur kualitas jaringan terdiri dari antara lain:</p> <p>(Maratun, 2014)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan Internet 2. Jangkauan terluas hingga pelosok kota 3. Jangkauan terkuat 	Likert
Promosi (X3)	<p>Promosi merupakan berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam (Syahputra & Herman, 2020) indikator – indikator promosi diantaranya :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Promosi 	Likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Kotler & Keller).</p>	<p>Adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan ke konsumen atau pasar.</p> <p>2. Media Promosi Adalah media yang dipilih dan digunakan oleh perusahaan untuk melakukan promosi.</p>	
--	---	--

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Dalam memperoleh data dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Propinsi Riau. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Penelitian

Data Kuantitatif adalah data yang berupa angka (Siregar, 2014). Data kuantitatif ini di peroleh atau dianalisis menggunakan perhitungan menggunakan statistik.

3.2.2 Sumber Data

1. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumbernya. Dalam penelitian ini data primer yang berupa hasil dari responden atau kuesioner diajukan yang berisi berkaitan tentang Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan Promosi terhadap Pembelian Ulang Perdana Internet Indosat Ooredoo pada masyarakat Kecamatan Tambang.
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kumpulan orang lain ataupun lembaga tertentu. Data yang diperoleh daa penelitian ini dari

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagai sumber yaitu buku-buku perpustakaan, jurnal, skripsi terdahulu hingga penelitian yang bisa dijadikan sebagai referensi.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut **Handayani** (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari populasi. Populasi juga bukan sebesar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari; tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pemetaan sampel dengan pertimbangan/tujuan tertentu, bukan didasarkan atas strata, kelompok, atau random. Pengambilan sampel dalam penelitian, selain memberikan keuntungan juga ada beberapa kerugian atau kelemahannya. Menurut Komaruddin dan Yooke keuntungan penggunaan sampel dapat menghemat biaya, waktu, dan tenaga, sehingga dapat digunakan lebih banyak untuk kajian analisis yang lebih lengkap, juga dapat mempermudah pengadministrasian dibandingkan dengan organisasi yang rumit untuk meneliti keseluruhan populasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

- a. Masyarakat yang menggunakan Kartu Perdana Ooredoo.
- b. Masyarakat Kecamatan Tambang , dengan rentan usia 15-40 tahun.

Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti karena belum adanya data pasti mengenai jumlah masyarakat yang menggunakan indosat ooredoo di kecamatan tambang. Dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlah dari populasi yang akan diteliti. Maka perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lameshow* dimana rumus ini digunakan apabila populasi belum diketahui. Dinyatakan oleh Hardani, dkk dalam Febtianti (2022) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Dari perhitungan diatas, total sampel yang didapatkan yaitu sebesar 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden, yang dimana sampel tersebut diambil langsung dari masyarakat yang berdomisili asli Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar yang menggunakan Kartu Perdana Indosat Ooredoo dan berumur 15-50 tahun.

3.4 Skala Pengukuran

Sebagai sebuah proses kuantifikasi, pengukuran pada hakikatnya adalah penetapan jumlah, frekuensi, dimensi, atau taraf dari suatu yang diukur.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bahan-bahan yang diperoleh dari suatu pengukur disebut dengan data (Winarno Surakhmad: 1982).

Menurut (Burroughs, 1975; Irwan Soehartono,1999) Skala Likert yang disebut dengan *Method of Summated Ratings* yang merupakan skala yang dikembangkan oleh Rensis Likert. Skala ini berbentuk sejumlah pertanyaan tertentu yang menunjukkan sikap terhadap suatu objek tertentu yang akan diukur.

Dalam analisis kuantitatif, jawaban dapat diberikan skor, misalnya:

SS	:	Sangat Setuju	= 5
S	:	Setuju	= 4
C	:	Cukup	= 3
TS	:	Tidak Setuju	= 2
STS	:	Sangat Tidak Setuju	= 1

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Angket (Kuesioner)

Sedangkan yang dimaksud angket dalam metodologi penelitian adalah; Suatu teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan untuk mendapatkan jawaban-jawaban tertulis dari responden yang terpilih sebagai sampel.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau jawaban dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepadanya.

3.5.2 Observasi

Merupakan metode penelitian yang mana peneliti mengamati objek penelitian secara langsung, guna bertujuan untuk menambah data dan informasi yang diperlukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah penelitian selesai mengumpulkan seluruh data yang diperlukan. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data menggunakan statistik. Terdapat dua jenis statistik yang dapat digunakan, yaitu **Statistik Deskriptif** dan **Statistik Inferensial**. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis data menggunakan Statistik Deskriptif.

Statistik Deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggunakan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.7 Uji Kualitas Data

3.7.1 Uji Validitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana kecepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu alat ukur yang dibuat bertujuan untuk mengukur suatu objek tertentu, dengan demikian valid tidaknya alat ukur hanya berlaku untuk tujuan yang spesifik.

Adapun kriteria pengujian tes validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai r hitung harus melebihi 0,3 karena jika r hitung kecil dari 0,3 maka item tersebut memiliki hubungan yang rendah dengan item-item pertanyaan lain dari variabel yang diteliti, yang dimana item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7.2 Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan pengukuran yang dilakukan dapat dipercaya. Jika pengukuran tersebut memiliki hasil pengukuran yang berulang maka akan menghasilkan hasil yang relatif sama, dan pengukuran tersebut dianggap memiliki reabilitas yang baik. Dalam pengambilan keputusan uji reabilitas memiliki karakter yaitu melihat nilai *cronbach*(α) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reable jika memberikan nilai *cronbach alfa* lebih dari 0,60.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Suliyanto (2016) mengatakan bahwa Uji normalitas memiliki tujuan mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji normalitas menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji menggunakan distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal apabila $K_{hitung} < K_{tabel}$ atau $Sig. > \alpha$ (Suliyanto, 2016). Uji normalitas yang dimaksud bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

3.8.2 Uji Multikolineartas

Apabila pada model persamaan regresi mengandung gejala multikolinertitas, itu berarti terjadi kolerasi (mendekati sempurna) antarvariabel bebas. Untuk mengetahui multikolinertitas antarvariabel, cara yang digunakan adalah dengan melihat nilai dari *variance inflation factor* (VIF) dari setiap variabel bebas terhadap variabel terkait. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel bebasnya tidak lebih dari 0,5, maka model tersebut tidak mengandung unsur multikolinertitas (Suliyanto, 2005).

3.8.3 Uji Autokorelasi

Menurut Suliyanto (2011:125) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t , jika ada berarti autokorelasi. Dalam penelitian ini, keberadaan autokorelasi diuji dengan Durbin Watson dengan rumus sebagai berikut :

- a. Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Angka D-W -2 sampai 2 berarti tidak ada autokorelasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

3.8.4 Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah Heteroskedastisitas. Menurut Sulyanto (2011:95) Pengujian heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat pola tertentu pada grafik dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarized. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9 Regresi Linier Berganda

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut (Suliyanto, 2012) teknik regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel terkait (*dependent*) dengan dua atau lebih variabel bebas (*independent*).

Adapun hubungan variabel *dependent* (Pembelian Ulang) dan variabel *independent* (Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan Promosi).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	=	Minat Beli Ulang
a	=	Intercept (Konstanta)
b ₁	=	Koefisien Regresi untuk X ₁
b ₂	=	Koefisien Regresi untuk X ₂
b ₃	=	Koefisien Regresi untuk X ₃
X ₁	=	Persepsi Harga
X ₂	=	Kualitas Jaringan
X ₃	=	Promosi
e	=	Tingkat Kesalahan (error)

3.10 Uji Hipotesis

Untuk melihat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara simultan maupun secara parsial, maka dilakukan tahap uji penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10.1 Uji Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (*Indevenden*) secara bersama-sama dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terkait (*dependent*). Pengujian terhadap pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap perubahan nilai variabel dependent dilakukan melalui pengujian besarnya perubahan nilai variabel *dependent* yang dijelaskan oleh perubahan nilai dari semua *independent*.

Berikut rumor memperoleh hasil uji F menurut (Sugiono, 2014):

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien relasi berganda

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel indevenden

Syarat pembuktian hipotesis dilakukan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05. Kreteria penerimaan dan penolakan hipotesisi adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

3.10.2 Uji Secara Parsial (Uji t)

Setelah menguji variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas, maka selanjutnya dilakukan uji satu persatu dari variabel. Menurut (Sugiono, 2014) berikut rumus untuk melakukan Uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t = t hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan t tabel
 r = Koefisien korelasi
 n = Banyaknya sampel

Syarat pembuktian hasil hipotesis dilakukan dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05. Kreteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel *independent* secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

3.10.3 Uji Koefisien Determinasi R^2

Untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Persepsi Harga (X1), Kualitas Jaringan (X2), dan Promosi (X3) terhadap variable Pembelian Ulang (Y) digunakan uji koefisien determinasi berganda (R^2). Nilai R^2 ini mempunyai range 0-1 ($0 < R^2 < 1$), artinya semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) maka semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin besar mendekati 0 maka variabel secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1. Letak Geografis Kecamatan Tambang

Kecamatan tambang merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Kampar, yang mana desa di Kecamatan Tambang ini terdapat 17 desa. Kecamatan Tambang ini berada di pinggir jalan raya lintas sumatera dan berbatasan langsung dengan Ibu Kota Propinsi Riau yaitu Pekanbaru. Kecamatan Tambang Terbentuk pada tahun 1989 yang mana pada awalnya Kecamatan Tambang hanya memiliki 9 Desa yang kemudian terjadinya pemekaran yang membuat Kecamatan ini terbagi menjadi 17 Desa.

Kecamatan Tambang memiliki luas sekitar 371,94 KM² atau 371 Ha, Letak geografis Kecamatan Tambang mempunyai peranan penting dalam lalu lintas perdagangan yang mana merupakan salah satu perekonomian masyarakat, Kecamatan Tambang ini penduduknya bukan hanya yang asalnya dari Kampar saja melainkan seperti Minang, Batak, Jawa, Bugis dan lain sebagainya. Akan tetapi perbedaan yang di miliki oleh masyarakat tambang bukan membuat semakin jauh melainkan masyarakat Kecamatan Tambang ini terkenal akan keakraban satu sama lain.

Kecamatan tambang memiliki batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
2. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Kampar Timur.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mempublikasikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Tapung.
4. Dan sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kampar Kiri Hilir.

Kecamatan Tambang terletak di pinggir jalan raya lintas sumatera dan berbatasan langsung dengan Ibu Kota Propinsi Riau. Sehingga setiap aktivitas yang dilakukan penduduk tidak mendapatkan hambatan karena telah dilengkapi oleh sarana transportasi yang memadai. Letak geografis Kecamatan Tambang mempunyai peran yang sangat penting dalam lalu lintas perdagangan sebagai salah satu sumber perekonomian masyarakat, karena Kecamatan Tambang seperti dikemukakan tadi berada di lintasan jalan raya Lintas Sumatera dan berbatasan langsung dengan ibu kota propinsi.

4.2 Visi dan Misi Kecamatan Tambang

a. Visi Kecamatan Tambang :

Mewujudkan Kecamatan Tambang sebagai Kecamatan yang terdepan di Kabupaten Kampar, aman dan tanggap terhadap bencana serta pelayanan yang prima kepada masyarakat.

b. Misi Kecamatan Tambang :

1. Menyiapkan Sumber Daya Manusia yang Profesional;
2. Mengaktifkan siskamling di setiap desa
3. Memberikan penyuluhan tanggap bencana kepada masyarakat.
4. Meningkatkan disiplin kerja pada pegawai

c. Perekonomi Di Kecamatan Tambang

Kecamatan Tambang pada umumnya merupakan masyarakat yang masih homogeny yang mana sebagian besar bermukim penduduk tempatan dan hanya sebagian kecil masyarakat pendatang. Penduduk Kecamatan Tambang pada umumnya juga merupakan masyarakat yang Agamis dan menjunjung tinggi Adat Istiadat. Namun jika dilihat dari segi ekonomi masyarakat Kecamatan Tambang dapat dikategorikan sebagai golongan menengah keatas karena umumnya masyarakat Kecamatan Tambang bermata pencaharian 60% bertani dan sebagian kecil lagi ada yang menjadi nelayan, pedagang, buruh, PNS, dan lain sebagainya.

Kondisi tanah yang subur dan luas serta keahlian yang dimiliki oleh penduduk kecamatan Tambang menjadi salah satu modal utama mereka untuk melakukan aktivitas pertanian dan berkebun di wilayahnya masing-masing. Hampir semua desa yang ada di Kecamatan Tambang mempunyai area untuk bersawahnya masing-masing. Hal ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.1

Luas dan jenis komodasi pertanian di Kecamatan Tambang pada tahun 2015

No	Desa	Sawah (Ha)	Komoditas	Periode	
				Masa Tanam	Masa Panen
1	Aursati	250	Padi	Feb	Juli
2	Gobah	579	Padi	Feb	Juli
3	Kemang Indah	624	Padi	Feb	Juli
4	Kualu Nenas	-	-	-	-
5	Kuapan	120	Padi	Feb	Juli
6	Padang Luas	310	Padi	Feb	Juli
7	Parit Baru	184	Padi	Feb	Juli
8	Rimbo Panjang	-	-	-	-
9	Sungai Pinang	7	Padi	Feb	Juli
10	Tambang	463	Padi	Feb	Juli
11	Tarai Bangun	-	-	-	-
12	Teluk Kenidai	-	-	-	-
13	Terantang	50	Padi	Feb	Juli
14	Balam Jaya	32	Padi	Feb	Juli
15	Palung Raya	45	Padi	Feb	Juli

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6	Kualu	-	-	-	-
1	Pulau Permai	50	Padi	Feb	Juli

Sumber data: Profil Kecamatan Tambang, Tahun 2015.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa wilayah Kecamatan Tambang merupakan kawasan yang subur dimana 60% masyarakat disana petani atau lebih tepatnya masyarakat disana memiliki sawah untuk bercocok tanam.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial (Uji t) diperoleh bahwa variabel Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap pembelian ulang perdana internet indosat ooredoo. persepsi harga (X1) terhadap keputusan pembelian ulang (Y) Dari hasil analisis didapat nilai tidak sig. variabel (X1) sebesar $0,326 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Kualitas Jaringan berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas jaringan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang kartu indosat ooredoo. kualitas jaringan (X2) terhadap keputusan pembelian ulang (Y) Dari hasil analisis didapat nilai sig. variabel (X2) sebesar $0,024 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Pembelian Ulang dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa kualitas jaringan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang kartu indosat ooredoo. Yang mana variable Promosi (X3) terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keputusan pembelian ulang (Y) Dari hasil analisis didapat nilai sig. variabel (X3) sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Persepsi Harga, Kualitas Jaringan, dan Promosi secara simultan memberikan pengaruh sebesar 58,1% terhadap Pembelian ulang, Sedangkan sisanya sebesar 42,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2. Saran

Dengan melihat hasil penelitian ini maka penulis sarankan kepada pihak perusahaan Indosat Ooredoo. adapun saran yang diberikan kepada pihak indosat ooredoo berdasarkan analisis tanggapan responden:

1. Untuk jangka panjang perusahaan Indosat Ooredoo harus memperhatikan persepsi atau tanggapan konsumen dalam segi harga, agar perusahaan tidak kekurangan daya jual yang selama ini telah di raih.
2. Sebaiknya Pihak Indosat Ooredoo perlu siap siaga dalam melayani keluhan konsumen tentang kualitas jaringan, kualitas jaringan di kecamatan tambang perlu ditingkatkan dengan cara memperbanyak tower agar bisabersaing dengan provider lainnya.
3. Sebaknya pihak Indosat Ooredoo melakukan promosi lebih giat lagi seperti mengadakan event-event atau melakukan kerja sama dengan pihak yan memberikan kontribusi besar.
4. Agar menarik perhatian para konsumen untuk melakukan Pembelian Ulang maka pihak Indosat harus melakukan promo atau

memberikan reward kepada konsumen seperti diberikannya kuota gratis atau berbentuk pulsa



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

A, Maolani, Rukasih, Uco Cahyana (2015). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Ariati, Nur Elshah. (2019). *Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat pembelian ulang produk keju prochiz (studi kasus pada pt. mulya boga raya)*. Universitas Mercu Buana.

Armstrong, K. &. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Assauri, Sofian. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.

Fandy, Tjiptono. 2012, *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, andi.

Hikmah, Sri, (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas layanan terhadap Pembelian Ulang Kartu Prabayar Indosat IM3 (Studi kasus pada mahasiswa universitas diponogoro semarang)*. Universitas Diponogoro Semarang.

https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/8984/sansetmab2017_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y

<https://media.neliti.com/media/publications/84866-ID-analisis-pengaruh-promosi-harga-terhadap.pdf>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/13131/inilah-rincian-jumlah-pelanggan-prabayar-masing-masing-operator/0/sorotan_media

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220730043726-213-828098/pelanggan-indosat-ooredoo-hutchison-naik-16-juta-kedua-terbesar-ri/amp>
<https://www.google.com/imgres?imgurl=https%3A%2F%2Fera.cognitix.id%2Fcontent%2Fmedia%2Fimages%2Fevents%2Ff150aafac%2Fevent-e74c5f5408.jpg&imgrefurl=https%3A%2F%2Fcollabonationtour.cognitix.id%2Fcollabonationtour%2Fcollabonation-tour-pekanbaru&tbnid=yqphHqjwZjslM&vet=1&docid=CcDy5vmbTSuiM&w=1080&h=1350&hl=id-us&source=sh%2Fx%2Fim>

Irma Novia, Ade. (2019) . *Pengaruh Harga dan Kualitas Jaringan terhadap Pembelian Perdana Internet Tri(3)*. Institut Agama Islam (IAIN) Ponogoro.

Manus, Fanly W. dan Bode Lumanauw. “Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Tri Di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat”. *Jurnal EMBA*, 2, 2012.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.

Neolaka, Amos. *Metode Penelitian dan Statistik*, Cet. Ke-2. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2016.

Nur, Wahyunita. “Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar”. Skripsi (UIN Alauddin Makassar, 2016).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Putra Algamar. “Pengaruh Iklan dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Texas Chicken Pekanbaru)”. *Journal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Vol.4 No.1* (Pekanbaru: 2017).
- Putri, Melinda Permata. “Analisis Kualitas Jaringan Seluler Terhadap Jasa Provider di Kota Samarinda”. *Jurnal Politeknik Negeri Balikpapan*, 2017.
- Rohman, Rosid Abdul, (2017). *Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Merek, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Persepsi Nilai (Studi pada konsumen Susu Formula Bebelac di Yogyakarta)*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sakinah, Ainun. (2021). *Pengaruh Kualitas Jaringan, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Segmen Milenial dengan Pembelian sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kartu Perdana Internet di Kota Makasar)*. Universitas Islam Negeri Alauuddin Makasar.
- Sanjaya, Wina., Prof., M.Pd. (2013). *Penelitian Pendidikan Jenis, Metode dan Prosedur*. Bandung: Kencana Prenada Group
- Syah, Hidayat., Dr., M.A (2010). *Pengantar Umum Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: PT LkiS Printing Cemerlang.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumawati, 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Edisi 2. Bogor: Ghalia Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1 :Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS JARINGAN DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN ULANG PERDANA INTERNET INDOSAT OOREDOO (STUDI PADA PENGGUNA KARTU INDOSAT OOREDOODI KECAMATAN TAMBANG)

Terimakasih atas partisipasi Saudara/i responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh:

Nama : Amelia Putri
 Nim : 11970123595
 Jurusan : Manajemen (Pemasaran)
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Universitas : UIN SUSKA RIAU

Dalam rangka pelaksanaan penelitian ini peneliti ingin mengetahui pengaruh dari setiap variable. Saya sangat mengharapkan bapak/ibu/saudara/saudari agar memberikan jawaban yang sejujurnya dan sesuai dengan kondisi yang dirasakan. atas perhatian dan bantuan bapak/ibu/saudara/saudar, saya mengucapkan banyak terima kasih



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. KARAKTERISTIK RESPONDEN

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pendidikan :

2. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia, kemudian pilih sesuai keadaan yang sebenarnya. Jawaban yang tersedia berupa skala *likert* yaitu antara 1-5 yang mempunyai arti:

- Sangat Setuju = 5
 Setuju = 4
 Cukup = 3
 Tidak Setuju = 2
 Sangat Tidak Setuju = 1

C. PERTANYAAN PENELITIAN

Variabel Persepsi Harga (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1	Saya memilih kartu indosat ooredoo harga yang ditawarkan terjangkau					
2	Saya memilih kartu indosat ooredoo memberikan manfaat					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	yang setara dengan harga yang ditawarkan					
3	Saya cenderung memilih kartu indosat karena harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan pesaing					
4	Harga kartu indosat ooredoo sebanding dengan kualitas yang diberikan					
5	Saya memilih kartu indosat ooredoo yang memiliki manfaat sesuai dengan harga yang diberikan					

Kualitas Jaringan (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1	Saya cenderung memilih kartu indosat ooredoo yang memiliki kecepatan yang tinggi					
2	Saya memilih kartu indosat ooredoo dengan kualitas jaringan yang kuat dan luas					
3	Saya cenderung memilih kartu internet yang memiliki layanan pelayanan yang mudah dihubungi					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	Indosat Ooredoo memiliki kualitas jaringan bagus dibandingkan dengan provider lain					
5	Menurut saya kartu indosat ooredoo mampu bersaing dengan provide lain dalam segi kualitas jaringan					

Promosi (X3)

No.	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1	Potongan harga yang diberikan indosat ooredoo menarik					
2	Saya senang dengan chasback yang diberikan kartu indosat ooredoo					
3	Hadiah tambahan kuota setelah membeli pulsa yang diberikan indosat ooredoo					
4	Saya akan memilih kartu perdana internet yang bisa tepat sasaran dalam promosi					
5	Saya memilih kartu imdosat ooredoo karena menggunakan <i>brandambasador</i> artis ternama					



Pembelian Ulang (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	C	TS	STS
1	Saya akan melakukan pembelian ulang kartu indosat ooredoo					
2	Saya akan melakukan pembelian ulang kartu indosat ooredoo berdasarkan pengalaman pemakaian					
3	Saya memilih kartu indosat ooredoo karena pernah melakukan pembelian					
4	Saya akan membeli ulang kartu indosat ooredoo berdasarkan tawaran dari produsen					
5	Saya membeli ulang kartu indosat ooredoo sesuai dengan apa yang ditawarkan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2 : Tabulasi Hasil Kuisioner Variabel Persepsi Harga

No Responden	Persepsi Harga X1					Total_X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X.15	
1	4	5	4	4	5	22
2	5	5	4	4	4	22
3	5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20
6	3	4	4	4	4	19
7	5	4	4	4	4	21
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	5	4	21
10	5	4	4	3	4	20
11	5	4	4	4	4	21
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	4	4	5	23
14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	4	4	4	21
16	3	3	3	3	3	15
17	4	5	4	3	4	20
18	4	4	5	5	4	22
19	4	5	3	4	3	19
20	4	4	2	4	4	18
21	5	4	5	4	4	22
22	4	4	3	4	4	19
23	3	2	4	3	3	15
24	4	5	3	3	3	18
25	4	4	4	4	4	20
26	5	4	3	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	5	5	22
29	5	4	5	4	4	22
30	4	4	4	4	4	20
31	3	4	4	4	4	19
32	4	4	3	4	3	18
33	5	4	5	4	4	22
34	5	5	5	5	4	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

35	4	5	4	5	5	23
36	4	5	5	5	4	23
37	5	5	5	5	5	25
38	5	4	5	5	5	24
39	4	4	3	4	5	20
40	3	3	3	3	4	16
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	4	5	4	5	4	22
45	5	4	5	5	4	23
46	5	4	4	5	4	22
47	5	4	4	5	4	22
48	5	4	4	4	5	22
49	4	5	4	4	4	21
50	4	4	4	5	4	21
51	4	4	4	5	4	21
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	2	4	2	2	14
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	4	5	3	4	4	20
59	4	4	4	3	3	18
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	5	4	5	22
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	5	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	3	4	4	4	19
70	5	5	5	5	5	25
71	4	3	4	3	4	18
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	4	4	23
74	5	5	5	5	5	25
75	4	3	3	4	4	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

76	4	5	4	5	4	22
77	5	4	5	5	5	24
78	5	5	5	4	5	24
79	5	5	5	4	4	23
80	5	4	5	4	4	22
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	5	4	5	4	5	23
90	4	5	4	4	5	22
91	5	4	4	5	4	22
92	4	5	4	5	4	22
93	5	4	4	5	5	23
94	4	5	4	5	4	22
95	4	5	4	4	4	21
96	4	5	5	4	5	23
97	4	5	5	4	4	22
98	4	5	5	4	4	22
99	4	4	5	5	5	23
100	5	4	3	3	4	19

Variabel Kualitas Jaringan (X2)

No Responden	Kualitas Jaringan X2					Total_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	5	5	4	5	24
2	4	4	4	3	3	18
3	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	5	5	22
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	3	4	4	19
8	5	5	5	5	5	25
9	3	3	4	4	4	18
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12	4	4	4	4	4	20
13	4	5	4	5	5	23
14	4	4	4	4	5	21
15	4	2	3	3	3	15
16	3	3	3	3	3	15
17	4	3	5	4	4	20
18	5	4	4	5	4	22
19	4	3	4	2	4	17
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	4	3	4	17
22	4	4	4	3	4	19
23	4	3	2	3	3	15
24	4	2	5	3	5	19
25	4	4	5	2	4	19
26	2	4	3	3	4	16
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	5	4	5	22
29	5	5	5	4	4	23
30	4	4	4	3	4	19
31	2	3	2	2	2	11
32	4	3	4	4	4	19
33	4	4	4	3	4	19
34	4	4	4	3	4	19
35	3	3	3	3	3	15
36	3	3	4	3	4	17
37	5	5	5	5	5	25
38	5	5	4	4	4	22
39	4	5	3	5	4	21
40	4	4	5	3	5	21
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	4	4	4	21
44	3	5	4	5	4	21
45	4	5	4	4	4	21
46	5	4	4	4	4	21
47	5	4	5	4	4	22
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	5	4	4	21
50	5	4	2	4	4	19
51	4	4	3	4	4	19
52	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	4	5	24
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	4	5	24
59	2	2	2	2	3	11
60	4	4	5	4	4	21
61	5	5	5	3	4	22
62	3	3	5	3	3	17
63	4	5	5	5	4	23
64	5	5	5	4	5	24
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	5	4	4	21
67	4	4	5	3	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	5	25
71	3	4	4	3	3	17
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	3	3	3	3	3	15
76	5	4	5	5	5	24
77	4	4	5	4	4	21
78	4	4	5	4	5	22
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	3	4	3	3	4	17
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	4	5	4	4	4	21
86	5	5	5	5	5	25
87	3	3	3	3	4	16
88	3	3	2	3	4	15
89	4	4	4	5	4	21
90	5	4	5	5	4	23
91	4	5	4	5	5	23
92	4	4	5	4	4	21
93	4	4	4	5	4	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

94	4	5	4	4	5	22
95	4	5	5	4	4	22
96	4	4	5	4	4	21
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	5	5	4	22
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	3	3	3	15

Variabel Promosi (X3)

No Responden	Promosi X3					Total_X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	5	5	4	5	23
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	2	15
4	4	3	5	5	3	20
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	3	3	2	16
8	5	5	5	5	5	25
9	2	2	4	4	2	14
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	3	19
14	5	3	5	5	3	21
15	4	2	4	4	2	16
16	3	3	3	3	2	14
17	5	4	4	4	5	22
18	5	4	5	4	5	23
19	4	3	3	4	3	17
20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	5	4	24
22	4	3	4	4	3	18
23	3	3	3	4	4	17
24	4	5	3	5	3	20
25	4	4	4	4	3	19
26	4	4	4	3	4	19
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	2	18
29	4	4	3	4	3	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

30	4	4	4	4	4	20
31	3	2	4	4	2	15
32	4	4	4	5	4	21
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	5	4	5	22
35	3	3	4	3	2	15
36	4	4	3	3	2	16
37	5	5	5	5	5	25
38	5	3	3	5	5	21
39	4	5	4	4	4	21
40	3	3	3	3	2	14
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	5	5	4	22
44	3	5	3	4	1	16
45	5	4	4	4	4	21
46	4	4	4	5	4	21
47	5	5	5	5	3	23
48	4	4	5	4	3	20
49	4	4	5	4	4	21
50	4	2	3	4	2	15
51	3	3	3	3	3	15
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	5	4	4	5	22
56	3	3	3	3	2	14
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	5	5	4	20
59	4	3	4	3	2	16
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	5	4	21
62	3	3	3	5	3	17
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	3	5	2	18
67	4	4	4	5	5	22
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	5	25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

71	3	4	3	3	2	15
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	3	3	3	2	2	13
76	4	4	5	5	4	22
77	4	4	4	4	4	20
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	1	21
84	5	5	5	5	4	24
85	4	4	5	5	4	22
86	5	5	5	5	5	25
87	3	4	4	4	2	17
88	4	4	4	4	3	19
89	4	5	4	5	4	22
90	5	4	5	4	4	22
91	4	5	4	4	4	21
92	4	4	4	5	4	21
93	4	4	4	5	4	21
94	5	4	4	4	4	21
95	4	4	5	5	4	22
96	5	4	4	4	4	21
97	4	5	4	4	4	21
98	4	4	4	5	4	21
99	4	4	4	5	3	20
100	3	4	4	4	3	18

Variabel Pembelian Ulang (Y)

No Responden	Pembelian Ulang Y					Total_Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	4	4	20
3	5	4	4	3	2	18
4	5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	4	3	19
6	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7	4	5	5	2	2	18
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	5	2	5	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	5	5	4	22
14	5	3	3	3	5	19
15	5	3	4	4	4	20
16	5	4	4	3	4	20
17	5	4	5	5	4	23
18	4	5	5	4	4	22
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	3	4	3	4	4	18
24	4	5	4	3	4	20
25	5	4	4	3	2	18
26	4	4	4	3	4	19
27	5	5	5	5	5	25
28	3	4	4	3	3	17
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	3	19
31	2	2	1	4	3	12
32	4	3	3	4	4	18
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	5	21
35	2	4	4	4	4	18
36	1	3	2	3	4	13
37	5	5	5	4	5	24
38	4	4	5	4	4	21
39	4	5	4	5	4	22
40	3	3	3	4	3	16
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	4	5	24
44	3	4	4	4	4	19
45	5	4	4	4	5	22
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

48	4	4	4	4	4	20
49	4	5	4	3	4	20
50	4	5	4	4	2	19
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	5	5	5	24
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	3	5	4	4	4	20
59	3	3	3	5	4	18
60	4	4	4	4	4	20
61	4	5	5	3	4	21
62	3	3	3	3	4	16
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	2	3	3	2	2	12
67	5	4	5	5	4	23
68	4	4	4	4	4	20
69	3	3	4	4	4	18
70	5	5	5	5	5	25
71	4	2	2	2	4	14
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	5	5	22
74	5	5	5	5	5	25
75	3	3	4	2	4	16
76	4	5	5	4	4	22
77	4	4	4	4	4	20
78	4	5	5	5	5	24
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	5	21
84	5	5	5	4	4	23
85	4	5	4	4	3	20
86	5	5	5	5	4	24
87	3	3	3	3	3	15
88	4	4	4	4	4	20



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

89	4	5	5	4	4	22
90	5	5	4	4	4	22
91	4	5	5	5	4	23
92	5	4	4	4	4	21
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	5	4	4	21
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20
99	5	4	5	5	4	23
100	4	3	5	4	4	20

Variabel Persepsi Harga (X1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup	7	7.0	7.0	7.0
Setuju	55	55.0	55.0	62.0
Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Cukup	7	7.0	7.0	9.0
Setuju	54	54.0	54.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	13	13.0	13.0	14.0
Setuju	53	53.0	53.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	11	11.0	11.0	12.0
Setuju	55	55.0	55.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	8	8.0	8.0	9.0
Setuju	63	63.0	63.0	72.0
Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variabel Kualitas Jaringan (X2)

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Cukup	14	14.0	14.0	17.0
Setuju	60	60.0	60.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Cukup	16	16.0	16.0	19.0
Setuju	56	56.0	56.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Cukup	13	13.0	13.0	18.0
Setuju	47	47.0	47.0	65.0
Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Cukup	24	24.0	24.0	28.0
Setuju	51	51.0	51.0	79.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	11	11.0	11.0	12.0
Setuju	65	65.0	65.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variabel Promosi (X3)

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	14	14.0	14.0	15.0
Setuju	64	64.0	64.0	79.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Cukup	16	16.0	16.0	20.0
Setuju	59	59.0	59.0	79.0
Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Cukup	18	18.0	18.0	18.0
Setuju	56	56.0	56.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Cukup	11	11.0	11.0	12.0
Setuju	55	55.0	55.0	67.0
Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	17	17.0	17.0	19.0
Cukup	15	15.0	15.0	34.0
Setuju	50	50.0	50.0	84.0
Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Variabel Pembelian Ulang (Y)

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
Cukup	12	12.0	12.0	16.0
Setuju	61	61.0	61.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Cukup	13	13.0	13.0	15.0
Setuju	60	60.0	60.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
Cukup	9	9.0	9.0	12.0
Setuju	61	61.0	61.0	73.0
Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Cukup	13	13.0	13.0	18.0
Setuju	65	65.0	65.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Cukup	8	8.0	8.0	13.0
Setuju	70	70.0	70.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Variabel Persepsi Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Persepsi Harga
X1.1	Pearson Correlation	1	.423**	.527**	.451**	.511**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.423**	1	.398**	.533**	.523**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.527**	.398**	1	.494**	.525**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.451**	.533**	.494**	1	.632**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.511**	.523**	.525**	.632**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.740**	.748**	.765**	.806**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kualitas Jaringan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Kualitas Jaringan
X2.1	Pearson Correlation	1	.627**	.590**	.598**	.628**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.627**	1	.499**	.646**	.603**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.590**	.499**	1	.433**	.600**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.598**	.646**	.433**	1	.597**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.628**	.603**	.600**	.597**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Jaringan	Pearson Correlation	.841**	.827**	.777**	.806**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Promosi (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.555**	.551**	.484**	.556**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.555**	1	.443**	.406**	.502**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.551**	.443**	1	.559**	.529**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.484**	.406**	.559**	1	.460**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.556**	.502**	.529**	.460**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	.792**	.747**	.777**	.730**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pembelian Ulang (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Pembelian Ulang
Y1	Pearson Correlation	1	.493**	.627**	.363**	.339**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.493**	1	.745**	.368**	.223*	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.026	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.627**	.745**	1	.407**	.334**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.363**	.368**	.407**	1	.422**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.339**	.223*	.334**	.422**	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.001	.026	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Pembelian Ulang	Pearson Correlation	.774**	.763**	.846**	.691**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reabilitas

Persepsi Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	5

Kualitas Jaringan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

Promosi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

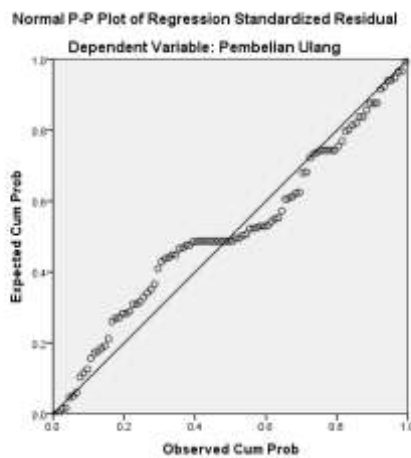
Pembelian Ulang (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Uji Asumsi Klasik

Normalitas Data



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.69343135
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.086
	Negative	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		1.285
Asymp. Sig. (2-tailed)		.074

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

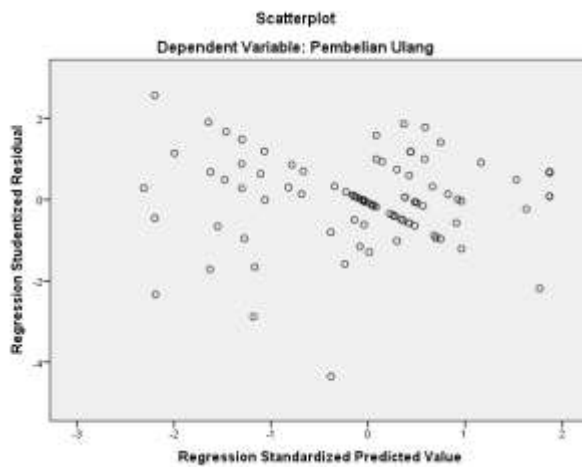
Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.780	1.539		3.106	.002		
	Persepsi Harga	.083	.088	.080	.946	.346	.610	1.640
	Kualitas Jaringan	.201	.088	.228	2.291	.024	.442	2.261
	Promosi	.479	.091	.528	5.250	.000	.431	2.318

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.762 ^a	.581	.568	1.720	1.967

a. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Jaringan

b. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.780	1.539		3.106	.002		
	Persepsi Harga	.083	.088	.080	.946	.346	.610	1.640
	Kualitas Jaringan	.201	.088	.228	2.291	.024	.442	2.261
	Promosi	.479	.091	.528	5.250	.000	.431	2.318

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Uji Parsial (t)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.780	1.539		3.106	.002		
	Persepsi Harga	.083	.088	.080	.946	.346	.610	1.640
	Kualitas Jaringan	.201	.088	.228	2.291	.024	.442	2.261
	Promosi	.479	.091	.528	5.250	.000	.431	2.318

a. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Uji Simultan (f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	394.137	3	131.379	44.425	.000 ^b
	Residual	283.903	96	2.957		
	Total	678.040	99			

a. Dependent Variable: Pembelian.Ulang

b. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi.Harga, Kualitas.Jaringan

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.568	1.720

a. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Jaringan

b. Dependent Variable: Pembelian Ulang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Nama **Amelia Putri** tempat tanggal lahir Pulau Tengah, 25 Juni 2002, anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Ayahanda Suherman dan Ibunda Lili Zuraida. Alamat tempat tinggal Dusun IV Bokuok, Desa Aursati Kecamatan Tambang. Penulis mengawali pendidikan sekolah dasar di MI Pulau Tengah dan tamat pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Muhammadiyah Padang Luas dan menamatkan pendidikan pada tahun 2016, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA NEGERI 1 Kampar Timur dan tamat pada tahun 2019.

Pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi Harga Kualitas Jaringan dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Perdana Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Pengguna Perdana Internet di Kecamatan Tambang)”**

Pada tanggal 16 Desember 2022 penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan **“LULUS”** kemudian pada tanggal 26 Juni 2023 penulis mengikuti ujian Munaqasah di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan predikat Sangat Memuaskan.