

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA KARTU SMARTFREN PADA
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**



**Oleh:
Kurnia Oktarina Sri Edi
1656200112**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah
Palembang Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG**

2020



**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH**

Nama : Kurnia Oktarina Sri Edi
Nim/Program Studi : 1656200112 / S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang
Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal, 10 Maret 2020

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal	Pembimbing Utama	: Hilda, SE., M.Si t.t:
Tanggal	Pembimbing Kedua	: Lemiyana, S.E., M.Si t.t:
Tanggal	Penguji Utama	: Mufti Fiandi, M.Ag t.t:
Tanggal	Penguji Kedua	: Aryanti, S.E., M.M t.t:
Tanggal	Ketua	: Dr. Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si t.t:
Tanggal	Sekretaris	:Hj. Siti Mardiah, S.H.I., M.SH t.t:



**PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir D.2

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Ibu Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Kurnia Oktarina Sri Edi
Nim/Jurusan : 1656200112 / S1 Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Maret 2020

Penguji Utama

Mufti Fiaidi, M.Ag
NIP.197605252007101005

Penguji Kedua

Aryanti, S.E., M.M
NIP. 150601091852



Mengetahui
Wakil Dekan I

Mufti Khatasolikhah, M.Ag
NIP. 197509282006042001



KEMENTERIAN AGAMA
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

Ditulis oleh : Kurnia Oktarina Sri Edi

NIM : 1656200112

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 12 Maret 2020

Dekan,


Dr. Qodariah Barkah, M.H.I

NIP. 197011261997032002

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kurnia Oktarina Sri Edi
No. Induk Mahasiswa : 1656200112
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian atau karya ilmiah sendiri dengan judul **"Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang"** kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Februari 2020

Saya yang menyatakan,


6000

Kurnia Oktarina Sri Edi
NIM. 1656200112



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
Alamat: Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren
Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang

Yang ditulis oleh:

Nama : Kurnia Oktarina Sri Edi
Nim : 1656200112
Program : S1 Ekonomi Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk mengikuti ujian komprehensif dan ujian munaqosyah skripsi.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, 2020

Pembimbing Utama

Hilda, SE., M.Si
197402142003122002

Pembimbing Kedua

Lemivana, S.E., M.Si
140601101342



Scanned with
CamScanner

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jalani , nikmati lalu syukuri setiap apa yang terjadi pada hidupmu. Jangan pernah mengalah dengan keadaan, perjuangkan selagi masih bisa diperjuangkan”

-Kurnia Oktarina Sri edi-

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, skripsi ini ku persembahkan kepada:

- 1. Papa (Win Sri Edi) dan Mama (Rita Arnita) tercinta yang tiada henti memberikan doa dan dukungannya baik moral maupun material demi kebaikan, kebahagiaan dan keberhasilanku.*
- 2. Saudara-saudaraku Siti Indri Ayu, M. Agung Ramadhan, Khairunnisyah dan Husna Amalia yang selalu memberikan semangat dan motivasi .*
- 3. Sahabat dan teman-temanku Ekonomi Islam 3 Angkatan 2016 yang selalu mendukung dan membantu.*
- 4. Almamaterku.*

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA KARTU SMARTFREN PADA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Kurnia Oktarina Sri Edi

E-mail: kurnia_oktarina@yahoo.com

Universitas Islam Negeri Raden Fatah

Palembang

2020

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan, secara umum tujuan perusahaan jangka pendek adalah untuk mencapai laba yang optimal dengan memanfaatkan fasilitas yang dimiliki secara efektif dan efisien, sedangkan jangka panjang yaitu menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Adapun Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel : Harga (X1), Promosi (X2), dan Citra Merek (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 92 responden pelanggan pengguna kartu Smartfren pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang dengan teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling*. kemudian dilakukan analisis terhadap kuesioner meliputi uji validitas dan reliabilitas. yang dianalisis secara deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS

Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga, Promosi dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna kartu Smartfren pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Kata kunci: Harga, Promosi, Citra Merek, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA KARTU SMARTFREN PADA MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Kurnia Oktarina Sri Edi

E-mail: kurnia_oktarina@yahoo.com

Universitas Islam Negeri Raden Fatah
Palembang

2020

Every company must have a goal, in general, the company's short-term goal is to achieve optimal profits by utilizing its facilities effectively and efficiently, while the long-term is to maintain the company's survival. The purpose of this study was to analyze the effect of each variable: Price (X1), Promotion (X2), and Brand Image (X3) on Customer Loyalty (Y).

In this study, data were collected by distributing questionnaires to 92 respondents of Smartfren card users to students of the Da'wah and Communication Faculty of the Islamic State University of Raden Fatah Palembang with Accidental Sampling sampling techniques. Then an analysis of the questionnaire includes a test of validity and reliability. analyzed descriptively and multiple linear regression analysis using the SPSS program

The results of the research partially showed that the Price, Promotion and Brand Image variables had a positive and significant effect on customer loyalty of Smartfren card users in the Da'wah and Communication Faculty of the Islamic State University of Raden Fatah Palembang.

Keywords: Price, Promotion, Brand Image, and Customer Loyalty

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai pada skripsi ini ialah Pedoman Transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawahnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik di atasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
ه	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Ta' Marbutah

1. Ta' marbutah sukun ditulis b contoh **بعبادة** ditulis bi'idabah.
2. Ta' marbutah sambung ditulis **ببعبادة** ditulis bil'ibadati rabbih.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

Vokal yang ada di dalam bahasa arab:

- a. Fathah(---) =a
- b. Kasrah (---) =i
- c. Dhammah(----) =u

2. Vokal Rangkap

Lambang yang digunakan pada vokal rangkap yaitu gabungan antara harakat dengan huruf, dengan transliterasi yang berupa gabungan huruf.

- a. (اي) = ay
- b. (ي--) = iy
- c. (او) = aw
- d. (و--) = uw

3. Vokal Panjang

- a.(ا-----) =a
- b.(ي ---) =i
- c.(و-----) =u

D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

- a. Al qamariyyah contohnya : “ **الحمد** ” ditulis al-hamd.
- b. Al syamsiyyah contohnya : “ **النمل** ” ditulis al-naml.

E. Daftar-daftar Singkatan

Adapun daftar-daftar singkatan, diantaranya:

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = subhanahu wa ta`ala

saw.= sall Allah `alaih wa sallam

QS. = al-Qur`an Surat

HR = Hadis Riwayat

Terj. = terjemahan.

F. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbi'l 'alamin, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayat serta ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Kartu Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang”**, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan umat, Rasulullah saw. beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya yang selalu istiqomah di jalan-Nya hingga akhir zaman.

Dalam upaya mempersiapkan dan menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna, serta masih banyak kekurangannya. Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Karena itu pada kesempatan ini izinkan penulis menghaturkan segenap ucapan terimakasih yang tiada batas kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta (Papa Win Sri Edi dan Mama Rita Arnita) yang telah merawat, mendidik dan mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis. Semoga Allah swt mengampuni dosanya dan melimpahkan rahmat, karunia dan ridho-Nya kepada beliau berdua.

2. Ayukku Siti Indri Ayu, dan ketiga adikku M. Agung Ramadhan, Khairunnisyah dan Husna Amalia terima kasih atas semua semangat luar biasa yang diberikan, sebagai motivasiku untuk bisa memberikan contoh yang baik yang kelak berguna untukmu.
3. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, M.A., Ph. D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Dr. Titin Hartini, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
6. Ibu Mismiwati, S.E., M.P selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
7. Ibu Hilda, S.E., M.Si dan Ibu Lemiyana, S.E., M. Si. Selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan terhadap penulis.
8. Bapak Rudi Aryanto, S.Si., M.Si selaku penasehat akademik.
9. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.

10. Sahabat-sahabat dari masa putih abu sampai sekarang Agung Restu, Adi Guna, Yoga Dedi dan Riki Ariansyah yang selalu ada dan selalu membantu di saat tersulit sekalipun.
11. Sahabat-sahabat seperjuanganku dalam menjalani dunia perkuliahan Lita Lekita, Lika Julistri, Imro'atu Khasanah, Hasri Ainun dan Helis Lestari atas segala waktu, dukungan dan hiburannya selama ini.
12. Teman seperjuangan skripsi Harmala Diju, Maltia Anggraini, Nurul Syabila yang senantiasa membantu dan memberikan motivasi dengan cara mencaci maki untuk memperlancar skripsi ini.
13. Keluarga Antibadai Lusi Sesriani, M. Niko Setiawan, Syawal Adi Saputra, Reza Heriyanto, Apri Naluri, Willi Catur, Rio Tri Andika, Yosi Apriadi, Hardian Adha, M. Rifki, Rama, Febri, Ari dan Aji atas segala cerita manis, sedih, canda tawa dan segala hal yang telah kita lakukan bersama-sama.
14. Keluarga besar Ekonomi islam 3 Angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
15. Keluarga besar KKN Mandiri Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Kelompok 18 Dusun Krandon (Keluarga Halu) yang baik dan menyenangkan atas waktu 45 hari bersamanya.
16. Seluruh keluarga besar Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) Cabang Palembang khususnya Kak Teddy Sumajaya, Kak Revan Pranata, Kak Nur Fitriah dan sahabat/i yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

17. Sahabat-sahabat kecil neman tebanting yang luar biasa Arta, Anas, Diju, Diki, Khoiril, Nadya, Seka dan Ulta yang selalu menyemangati dan membantu di saat tenaga, pikiran bahkan hati ini mulai berkata ingin menyerah, tapi berkat kalian yang sudah terbiasa kecil neman tebanting akhirnya kita semua bisa melewatinya bersama-sama, dari yang ujian kompre bareng, ujian munaqosah bareng dan sampai pada titik wisuda bareng. Lovyu.
18. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk bekerja sama dalam mengisi kuisisioner penelitian.

Akhirul kalam dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga semua pihak yang memberikan bantuan kepada penulis senantiasa mendapatkan Barokah dan segala yang diperoleh penulis mendapat Ridho-Nya dari Allah swt Aamiin.

Wallahul muwaffiq ila aqwamit-tharieq

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, Maret 2020

Penulis

Kurnia Oktarina Sri Edi

NIM.1656200112

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN IZIN PENJILIDAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
NOTA DINAS.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Harga	16
1. Pengertian Harga.....	16
2. Peranan Harga	18
3. Metode Penetapan Harga	18
4. Penetapan Harga Yang Umumnya Dilakukan	19
5. Faktor Yang Mempengaruhi Harga	21
6. Indikator Harga	23

7.	Harga Dalam Pandangan Islam	24
B.	Promosi.....	26
1.	Pengertian Promosi	26
2.	Tujuan Promosi	27
3.	Lingkungan Promosi	28
4.	Perilaku Promosi	29
5.	Strategi Promosi	29
6.	Memilih Metode Promosi	30
7.	Indikator Promosi.....	31
8.	Promosi Dalam Pandangan Islam	32
C.	Citra Merek	33
1.	Pengertian Citra Merek	33
2.	Jenis Merek	35
3.	Manfaat Merek	36
4.	Elemen Citra Merek	37
5.	Indikator Citra Merek.....	36
6.	Citra Merek Dalam Pandangan Islam	38
D.	Loyalitas Pelanggan	39
1.	Pengertian Loyalitas.....	39
2.	Keuntungan Yang Diperoleh Dari Loyalitas Konsumen	41
3.	Ciri-Ciri Loyalitas Pelanggan	41
4.	Tahapan-Tahapan Loyalitas	41
5.	Indikator Loyalitas	43
6.	Loyalitas Pelanggan Dalam Pandangan Islam	44
E.	Penelitian Terdahulu	45
F.	Pengembangan Hipotesis	51
G.	Kerangka Pemikiran Teoritis	52
BAB III METODE PENELITIAN		53
A.	<i>Setting</i> Penelitian.....	53
B.	<i>Desain</i> Penelitian.....	53
C.	Jenis Dan Sumber Data	53

1. Jenis Data	53
2. Sumber Data	54
D. Populasi Dan Sampel Penelitian	55
1. Populasi	55
2. Sampel	55
E. Teknik Pengumpulan Data	57
F. Variabel-Variabel Penelitian	58
1. Variabel Independen (bebas)	58
2. Variabel Dependen (terikat)	59
G. Definisi Operasional Variabel	59
H. Teknik Analisis Data	61
1. Instrumen Penelitian	61
2. Uji Asumsi Klasik	62
3. Analisis Regresi Linier Berganda	64
4. Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Gambaran Singkat Kartu Perdana Smartfren	67
B. Karakteristik Responden	68
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	68
2. Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	69
3. Karakteristik Berdasarkan Jurusan Responden	69
C. Hasil Analisis Data	70
1. Instrumen Penelitian	70
a. Uji validitas	70
b. Uji Reliabilitas	73
2. Uji Asumsi Klasik	73
a. Uji Normalitas	73
b. Uji Linieritas	75
c. Uji Multikoloniaritas	77
d. Uji Heteroskedastisitas	78
3. Analisis Regresi Linier Berganda	79

4. Uji Hipotesis	81
a. Uji F (Simultan).....	81
b. Uji t (Parsial).....	82
c. Uji R ² (koefesien Determinasi)	84
D. Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
A. KESIMPULAN	91
B. SARAN	91
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Operator Seluler di Indonesia Juli 2019.....	7
Tabel 1.2 Research Gap Harga Terhadap Loyalitas pelanggan.	9
Tabel 1.3 Research Gap Promosi Terhadap Loyalitas pelanggan.....	10
Tabel 1.4 Research Gap Citra Merek Terhadap Loyalitas pelanggan	10
Tabel 2.1 Daftar Harga Smartfren.....	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.	48
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert.....	58
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Ditribusi Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan.....	69
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	72
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Normality Kolmogorov Smirnov	75
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas Loyalitas Pelanggan dan Harga.....	76
Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas Loyalitas Pelanggan dan Promosi	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas Loyalitas Pelanggan dan Citra Merek	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikoloniaritas	78
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikan F (Simultan)	82
Tabel 4.16 Hasil Uji t Signifikan Parsial	83
Tabel 4.17 Hasil Uji R dan R square.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	52
Gambar 4.1 Hasil Uji Normal Probability Plot.....	74
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	79

LAMPIRAN

Lampiran Hasil Jawaban Responden.	96
Lampiran Foto Kegiatan Penelitian.	101
Lampiran Surat Balasan	102
Kuesioner Penelitian	103