

**ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN TELKOMSEL *INTERNET*
*MOBILE***

(Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)

SKRIPSI



Oleh :

KARINA DWI ASTUTI

NPM. 1542010031

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA
TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2019

**ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN TELKOMSEL *INTERNET*
*MOBILE***

(Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)

Disusun Oleh :

Karina Dwi Astuti

NPM. 1542010031

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

**Mengetahui,
DEKAN**



Dr. Drs. Fe Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

**ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN TELKOMSEL INTERNET
MOBILE**

Oleh :

Karina DwiAstuti

NPM. 1542010031

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Pada tanggal 12 April 2019

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001

Tim Penguji :

1. Ketua



Dr. Rusdi Hidayat N, M.Si
NIP.196112241989031007

2. Sekretaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001

3. Anggota



Dr. Nurhadi, M.Si
NIP.196210161988031001

**Mengetahui,
Mengetahui,
DEKAN**



Dr. Drs. Ee. Gendut Sukarno, MS, CHRA
NIP. 195907011987031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Variabel yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Telkomsel *Internet Mobile***” dengan baik, sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan kuliah di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak baik itu berupa moril, spriritual dan materiil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Drs.Ec.Gendut Sukarno, MS.CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberi ilmu dan materi kuliah kepada penulis dari awal sampai akhir.

4. Kepada orang tua yang penulis sayangi yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Serta pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik segi teknis maupun segi materinya, untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka menerima saran maupun kritik yang tentunya bersifat membangun.

Akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, serta besar harapan dari penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan membutuhkan.

Surabaya, April 2019

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACTION.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran	19
2.2.1.1 Pengertian Manajemen	19

2.2.1.2 Fungsi Manajemen	19
2.2.2 Pemasaran	22
2.2.2.1 Pengertian Pemasaran	22
2.2.2.2 Konsep Pemasaran	23
2.2.2.3 Fungsi Pemasaran	25
2.2.2.4 Proses Pemasaran	26
2.2.2.5 Strategi Pemasaran	28
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	31
2.2.4 Bauran Pemasaran	32
2.2.4.1 Produk (<i>Product</i>)	34
2.2.4.2 Harga (<i>Price</i>)	39
2.2.4.3 Promosi (<i>Promotion</i>).....	40
2.2.4.4 Distribusi (<i>Place</i>)	43
2.2.5 Jasa	48
2.2.5.1 Pengertian Jasa	48
2.2.5.2 Karakteristik Jasa	23
2.2.2.3 Fungsi Pemasaran	25
2.2.2.4 Proses Pemasaran	26
2.2.2.5 Strategi Pemasaran	28
2.2.6 Perilaku Konsumen	50

2.2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen	50
2.2.6.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	51
2.2.7 Proses Keputusan Konsumen	51
2.2.8 Keputusan Pembelian	54
2.2.9 <i>Internet</i>	57
2.2.9.1 Pengertian <i>Internet</i>	57
2.2.9.2 Layanan Utama <i>Internet</i>	58
2.2.9.3 Manfaat <i>Internet</i>	58
2.3 Kerangka Berpikir.....	59
2.4 Hipotesis	61
BAB III METODE PENELITIAN	64
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	64
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	64
3.1.2 Pengukuran Variabel	67
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	67
3.2.1 Populasi	67
3.2.2 Sampel	68
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel	70

3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	71
3.3.1 Jenis Data	71
3.3.2 Sumber Data	71
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	72
3.4 Uji Kualitas Data	72
3.4.1 Uji Validitas	72
3.4.2 Uji Reliabilitas	74
3.4.3 Uji Asumsi Klasik	75
3.4.3.1 Autokorelasi	75
3.4.3.2 Multikolinearitas	76
3.4.3.3 Heteroskedastisitas	77
3.4.3.4 Normalitas	77
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	79
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	79
3.5.2 Uji Hipotesis	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Hasil	85

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	85
4.1.1.1 Sejarah PT.Telekomunikasi Seluler, Tbk	85
4.1.1.2 Visi dan Misi Telkomsel	88
4.1.1.3 Produk-Produk Telkomsel	88
4.1.2 Penyajian Data	92
4.1.2.1 Hasil Deskripsi Responden	92
4.1.2.2 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Penelitian	95
4.1.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	107
4.1.3.1 Uji Validitas	107
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	109
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	110
4.1.4.1 Uji Autokorelasi	110
4.1.4.2 Uji Multikolinieritas	112
4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas	112
4.1.4.4 Uji Normalitas	113
4.1.5 Analisis Data	115
4.1.5.1 Analisis Regresi Berganda	115

4.1.5.2 Koefisien Determinasi	117
4.1.6 Uji Hipotesis	118
4.1.6.1 Uji F	118
4.1.6.2 Uji t	120
4.2 Pembahasan	128
4.2.1 Pembahasan Uji F	128
4.2.2 Pembahasan Uji t	130
4.3 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	135
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	138
4.2.1 Kesimpulan	138
4.2.2 Saran	139

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAKSI

KARINA DWI ASTUTI, 1542010031, Analisis Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Telkomsel *Internet Mobile* (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur)

DOSEN PEMBIMBING : Dra. Sonja Andarini, M.Si

Penelitian ini berdasarkan pada perkembangan teknologi dan informasi di Indonesia yang semakin meningkat, sehingga keadaan ini menjadikan sebuah peluang besar bagi para pelaku penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia. Organisasi bisnis perlu menerapkan bauran pemasaran agar strategi pemasaran dapat berjalan dengan lancar dan meningkatkan penjualan serta penggunaannya. Peneliti menggunakan jasa telekomunikasi Telkomsel sebagai obyek penelitian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi dan distribusi) terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Telkomsel *internet mobile* baik secara simultan maupun parsial.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 orang. Menggunakan teknik *Stratified Sampling* dengan populasi mahasiswa Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dimana hasil tersebut didapatkan dengan menggunakan rumus *Slovin*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menentukan keputusan menggunakan produk Telkomsel *internet mobile* dipengaruhi oleh variabel produk, harga, promosi dan distribusi. Berdasarkan hasil uji hipotesis yaitu uji F dan uji t, didapatkan hasil bahwa secara simultan atau bersama-sama produk, harga, promosi dan distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan Telkomsel *internet mobile*. Secara parsial, didapatkan hasil bahwa produk, harga, promosi dan distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan Telkomsel *internet mobile*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Konsumen

ABSTRACT

This study is based on information technology and development in Indonesia that is ever increasing, so that this state of affairs makes a great opportunities for telecommunications service providers the perpetrators in Indonesia. Business organizations need to apply marketing mix marketing strategy so that it can run smoothly and increase sales as well as its users. Researchers using telecommunication Telkomsel as objects of research. The purpose of this research is to know the influence of marketing mix (product, price, promotion and distribution) decisions against consumers in using Telkomsel mobile internet either simultaneously or partial.

The study methods used in this research is to use a type of quantitative research with a sample of as many as 100 people. Using the technique of Stratified Sampling with a student population of social and political sciences of Pembangunan Nasional "Veteran" ,East Java University where the results obtained using the formula Slovin. Analytical techniques used in this study is the analysis of multiple linear regression.

The results showed that in determining the decision using Telkomsel mobile internet was influenced by the variable product, price, promotion and distribution. Based on the results of a test of the hypothesis that is a test of the F test and t, obtained the result that simultaneously or together the product, price, promotion and distribution has significant effects against the decision of consumers use Telkomsel mobile internet. Partially, the obtained results that product, price, promotion and distribution of influential significantly to consumer decisions using Telkomsel mobile internet.

Keywords: Marketing Mix, Consumer Decision