

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET DATA IM3  
DI UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

**Peminatan**

**Manajemen Pemasaran**



Diajukan oleh :

**IMLA NURROHMAH**

NIM . 1421103623

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS WIDYA DHARMA**

**KLATEN**

**Juni 2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN PAKET DATA IM3 DI UNIVERSITAS  
WIDYA DHARMA KLATEN**

**Diajukan Oleh :**

**IMLA NURROHMAH**

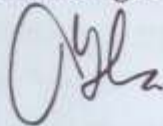
**1421103623**

Telah disetujui pembimbing untuk Dipertahankan Di Hadapan Dewan Penguji Skripsi  
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Dharma Klaten

..... 2018

**Pembimbing utama**



**H. Abdul Hadi, SE, M.Si**  
NIK 690 498 200

**Pembimbing pendamping**



**Sarwono Nursito, SE, M.Sc**  
NIP 19761215 200501 1 001

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan Manajemen**



**Abdul Haris, SE MM. MPd**  
NIK 690 098 194

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET DATA IM3**

**DI UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

Diajukan oleh :

**IMLA NURROHMAH**

NIM 1421103623

Telah dipertahankan dan disetujui oleh Dewan penguji Skripsi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima  
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen

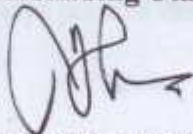
Pada tanggal .....

**Ketua**



**Dr. Sutrisno Badri, M.Sc**  
NIK. 690 208 290

**Pembimbing Utama**



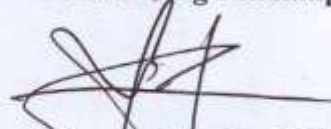
**H. Abdul Hadi, SE, M. Si**  
NIK. 690 498 200

**sekertaris**



**Abdul Haris, SE, MM, M.Pd.**  
NIK. 690 098 194

**Pembimbing Pendamping**



**Sarwono Nursito, SE, M.Sc**  
NIP. 19761215 200501 1 001

Disahkan oleh :

**Dekan Fakultas Ekonomi**



**Dr. Sutrisno Badri, M.Sc**  
NIK. 690 208 290

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : IMLA NURROHMAH  
NIM : 1421103623  
Jurusan/ Program study : EKONOMI MANAJEMEN  
Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET DATA IM3 DI UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN.

Adalah sebenar-benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditujukan dalam Daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Mei 2018

Vera Membuat Pernyataan,  
  
6000  
RIBU RUPIAH  
  
(Imla Nurrohmah)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa syukur, skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ♥ Sujud dan syukur kepada Allah SWT, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpah kepada nabi Muhammad SAW.
- ♥ Untuk kedua orangtua ku Bapak (Muhammad Ahyar) dan Alm. Mama (Khotimah) . Yang sejak imah dilahirkan tak henti hentinya memberikan segala yang terbaik walau dalam keadaan apapun, besar harapan untuk dapat menjadi anak yang bisa menjadi sebab keselamatan dan kebaikan bapak dan mama di dunia dan akhirat, imah bersyukur memiliki orangtua seperti kalian.
- ♥ Kepada kakaku yang sangat kusayangi (Hayatun Musrifah) wanita hebat wanita mandiri yang selalu memberikan motivasi dan inspirasi adek untuk menjadi lebih baik dari kaka.
- ♥ Untuk kamu (Pradika Putra) yang selalu ada di setiap cerita, untuk kamu yang menjadi penyemangat, teruntuk kamu yang selalu mendampingi dikala susah dan senang, teruntuk kamu yang selalu membuat aku tersenyum berbagi cerita dan tawamu, terimakasih untuk segalanya dan aku bersyukur kepadaNya karena mengizinkanmu untuk menemaniku .
- ♥ Best friend goals ku (Dita Al vrista) sahabat yang empat tahun ini selalu menjadi yang pertama dalam hal apapun terimakasih setia menjadi yang pertama dan selalu ada ketika susah senang sedih gembira terimakasih tetap bertahan menjadi yang terbaik.
- ♥ Untuk Uti terimakasih telah menjadi nenek dan keluarga pertamaku disini.
- ♥ Teman teman terbaikku dari semester satu (Puji Lestari, Manda , Ayu , Latifah, Dita)
- ♥ Untuk mas very terimakasih telah menjadi guru besar dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ♥ Teman –teman seperjuangan Manajemen B angkatan 2014
- ♥ Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi, terimakasih banyak untuk semua ilmu, didikan dan pengalaman yang sangat berarti yang telah kalian berikan.

## MOTTO

*“Kebahagiaan bukan berasal dari sekeliling kamu tapi kebahagiaan berasal dari kamu dan pikiran kamu” (hitam putih)*

*“Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai ( dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allahlah hendaknya kamu berharap”*

*(Qs. ALAM NASYRAH AYAT 6-8)*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Pembelian Paket Data Im3Di Universitas Widya Dharma Klaten”

Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat ujian akhir guna mendapat gelar sarjana strata satu ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari motivasi, bantuan, pengarahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kenikmatan yang tiada tara, kemudahan, serta hidayahNYA yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. DR.H. Triyono, M.Pd selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Sutrisno Badri, M.Sc selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten atas segala ijin dan dukungannya.
4. Bapak Abdul Haris, SE, MM. M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten atas segala ijin dan dukungannya.
5. Bapak H. Abdul Hadi, SE, M.Si selaku pembimbing utama dan tempat *sharing* yang dengan sabar memberikan arahan, semangat, motivasi, serta bimbingan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Sarwono Nursito, SE, M. Sc selaku pembimbing pendamping yang dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Ahyar ayah tercinta yang telah mendoakan dan memberikan dukungan moril dan materil serta semangat dalam bentuk apapun.
9. Sahabat seperjuangan, mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2011.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga menjadi amal kebaikan Anda dan Allah SWT membalas dengan kenikmatan yang berlipat ganda. Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti lain yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, 04 juni 2018

Penulis  
Imla Nurrohmah



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	
DAFTAR GAMBAR .....	
DAFTAR LAMPIRAN .....	
BAB I PENDAHULUAN	
BAB II LANDASAN TEORI	
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
BAB IV	
BAB V	

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET DATA IM3**

**DI UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

**Oleh:**

**IMLA NURROHMAH**

**NIM. 1421103623**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Harga, Kualitas, dan Promosi Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Pembelian Paket Data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten . Subjek penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah memakai paket data IM3. Adapun teknik pengambilan sampel dengan kuesioner yaitu mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel. Pengujian statistik dengan Uji F (simultan) dan Uji t (parsial).

Berdasarkan analisis kualitatif disimpulkan dengan 75 orang responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase 53%, untuk jurusan responden paling banyak adalah jurusan manajemen yaitu sebanyak 64 orang dengan presentase 85%, sedangkan untuk semester responden yang paling banyak semester VIII yaitu sebanyak 29 orang dengan presentase 39% .Sedangkan berdasarkan analisis data yang diperoleh ( $X_1$ ) Harga, ( $X_2$ ) Kualitas, dan ( $X_3$ ) Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian Paket Data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten. Besarnya dipengaruhi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini ditunjukkan dengan nilai R square sebesar 43,8% dan yang lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang telah diteliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data primer. Rumus yang digunakan dalam pengumpulan data adalah korelasi yang hasilnya untuk Harga adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,278 > 1,993$  hasil uji korelasi untuk Kualias adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,232 > 1,993$  dan hasil uji korelasi untuk Promosi adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,799 > 1,993$  dengan persamaan regresi  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$  maka didapat  $Y = 4,500Y + 0,243X_1 + 0,291X_2 + 0,243X_3$  dan uji signifikasi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $18,431 > 3,12$  sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif secara komprehensif maupun parsial yang signifikan antara Harga, Kualitas dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Pembelian Paket Data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.

Kata kunci : Harga, Kualias , Promosi, Keputusan pembelian

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan telekomunikasi di Indonesia yang telah memiliki banyak kemajuan menyebabkan kebutuhan masyarakat akan kelancaran penyampaian informasi semakin meningkat. Hal ini menimbulkan banyaknya alat komunikasi yang bermunculan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Salah satunya adalah telepon seluler ( *handphone* ). *Handphone* bukan menjadi barang mewah lagi tetapi sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat umum dalam melakukan komunikasi sehari-hari. Untuk menjalankan fungsi *handphone* tersebut pengguna harus menggunakan kartu SIM ( *subscriber identity module* ). Lahirnya bermacam-macam kartu SIM atau kartu seluler mempunyai korelasi yang kuat pada *handphone*, karena memanfaatkan dua jenis teknologi jaringan komunikasi, jaringan penyedia layanan komunikasi tersebut adalah GSM ( *global system for mobile communication* ).

Pada perkembangannya saat ini banyak jenis operator yang mewarnai jaringan telekomunikasi selular berbasis GSM. Persaingan antar operator pun cukup ketat, karena semua operator berusaha dalam meraih pasar dan meraup keuntungan dari para pelanggannya. Banyak layanan yang di tawarkan oleh operator seluler. Berbagai macam *provider* mulai mengencarkan diferensiasi harga dari tarif hemat antar sesama pengguna, diskon pengguna pada jam tertentu, bonus pulsa dan SMS serta paket data internet pada pengguna

Android dan Ios. Kenyamanan bekerja secara *mobile* tentu menjadi pilihan jika di tunjang dengan kecepatan akses yang memadai dan stabil , untuk menjawab kebutuhan tersebut saat ini sejumlah operator komunikasi mengeluarkan layanan akses *mobile* internet berkecepatan tinggi. Namun pada saat ini pelanggan sudah kritis dalam memilih produk yang akan di gunakan Sesuai kebutuhan dan fasilitas yang di tawarkan.

Menyadari pemikiran masyarakat yang semakin kritis, para produsen berlomba-lomba untuk menarik minat beli konsumen. Banyak macam cara di lakukan, seperti persaingan dalam penetapan harga, peningkatan kualitas produk sampai promosi yang gencar di lakukan untuk menggaet pelanggan. Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk di perhatikan karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima oleh produsen, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Produsen harus ekstra hati-hati dalam membuat kebijakan dalam penetapan harga karena harga sangat mempengaruhi minat beli konsumen. Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk dan promosi, jika suatu produk mengutamakan kualitas produk yang baik dan berkualitas maka dengan sendirinya pelanggan akan loyal terhadap produk tersebut. Sedangkan promosi sendiri sangat mendukung pemasaran produk, semakin produk terkenal dan memiliki nama yang besar maka semakin besar pula tingkat minat beli konsumen.

Sebagai salah satu operator telekomunikasi GSM ( *global system for mobile* ) di Indonesia adalah PT indosat Tbk . Salah satu upaya yang

dilakukan PT Indosat Tbk dalam menghadapi persaingan adalah dengan mengeluarkan produk IM3 dengan harga terjangkau. Salah satu produk dari PT Indosat adalah IM3 yang terkenal sebagai raja operator selular di segmen anak muda, dan IM3 menguasai 2/3 dari total pelanggan Indosat. PT Indosat memang memfokuskan pasarnya untuk anak muda. Segmen pasar ini jumlahnya mencapai 35%. Daya beli segmen pasar ini tergolong tinggi. Harga yang terjangkau dan kualitas yang baik dari IM3 memungkinkan adanya kepuasan konsumen dan promosi yang gencar dilakukan akan menarik konsumen baru sehingga diharapkan akan membuat konsumen loyal pada akhirnya.

Indosat telah menyediakan layanan paket data internet berkecepatan tinggi, layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengunduh video atau menjalankan internet melalui *handphone*. Paket data indosat IM3 sudah menjadi pilihan konsumen dalam menunjang kelancaran berkomunikasi. Hanya saja perilaku pembelian konsumen terhadap paket data internet IM3 ditentukan oleh banyak faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Melihat keadaan ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PAKET DATA IM3.

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

Adapun alasan yang mendasari penelitian judul yang penulis ambil adalah:

1. Alasan Subjektif
  - a. Menambah pengetahuan dasar penulis.
  - b. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga, kualitas dan promosi.
2. Alasan objektif
  - a. Menghemat waktu, tenaga dan biaya karena lokasi penelitian mudah dijangkau.
  - b. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi.

### **C. Penegasan Judul**

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami atau manafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut:

#### 1. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa.

#### 2. Kualitas produk

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

### 3. Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan.

### 4. Minat beli Konsumen

Minat beli konsumen merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau pengambilan tindakan yang yang berhubungan dengan tindakan pembelian yang di ukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

## **D. Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya, adapun permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh harga, kualitas dan promosi terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.

## **E. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang, penegasan judul dan pembatasan masalah di atas maka dapat dirumuskan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah faktor harga secara simultan mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten ?
2. Apakah faktor kualitas secara simultan mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten ?
3. Apakah faktor promosi secara simultan mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten ?
4. Dari faktor-faktor tersebut faktor manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.

#### **F. Tujuan Penulisan**

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh penyusun adalah:

1. Untuk menguji pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Untuk menguji pengaruh kualitas terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Untuk menguji faktor yang paling dominan memberi pengaruh minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.



## **G. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Pihak Penulis**

Sebagai wahana penetapan teori yang selama ini telah diperoleh di bangku kuliah dan memperoleh pengetahuan serta memperoleh pengalaman di lapangan.

### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan dalam hal penetapan harga jual, kualitas dan promosi agar minat beli konsumen dapat meningkat.

### **3. Bagi Pihak lain**

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa.

## **H. Hipotesis**

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang untuk sementara waktu dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar dapat ditarik suatu konsekuensi logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian atau testing tentang kebenarannya dengan menggunakan data atau fakta hasil penelitian ( J. Suparanto, 2002 : 42). Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Ada pengaruh harga yang signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Ada pengaruh kualitas yang signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Ada pengaruh promosi yang signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Ada salah satu faktor yang mendominasi minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten.

## **I. Sistematika Skripsi**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini meliputi tentang pengertian pemasaran, tinjauan tentang harga, kualitas, promosi dan minat beli konsumen.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik analisis data serta gambaran umum objek penelitian.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dianalisis pengaruh antara harga, kualitas dan promosi terhadap minat beli konsumen di Universitas Widya Dharma Klaten.

**BAB V : SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang kesimpulan hasil penelitian dan memberikan beberapa saran untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh harga, kualitas dan promosi terhadap minat beli konsumen pada pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kualitatif disimpulkan dengan 75 orang responden, sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 40 orang dengan presentase 53%, untuk jurusan responden paling banyak adalah jurusan manajemen yaitu sebanyak 64 orang dengan presentase 85%, sedangkan untuk semester responden yang paling banyak semester VIII yaitu sebanyak 29 orang dengan presentase 39% .
2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 4,500 + 0,243X_1 + 0,291X_2 + 0,243X_3$ . Menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu harga ( $X_1$ ), Kualitas ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan. Pada variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 0,243, variabel kualitas berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 0,291 dan variabel promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen sebesar 0,243.
3. Dari hasil korelasi antara harga ( $X_1$ ), Kualitas ( $X_2$ ) dan promosi ( $X_3$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) terdapat angka sebesar harga 0,495, kualitas 0,530, dan promosi 0,518 semuanya menunjukkan angka korelasi positif, artinya jika harga, kualitas dan promosi dinaikan maka minat beli konsumen

terhadap paket data IM3 akan meningkat, sebaliknya jika harga, kualitas dan promosi di turunkan maka minat beli konsumen terhadap paket data IM3 akan menurun.

4. Dari hasil uji F didapatkan bahwa  $F_{hitung} = 18,431$  dan  $F_{tabel} = 3,12$  maka  $H_0$  ditolak dan terdapat pengaruh yang signifikan antara harga kualitas dan promosi terhadap minat beli konsumen pada paket data IM3.
5. Dari hasil uji t diketahui bahwa perhitungan dari setiap variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  dengan nilai  $p \geq 0,05$  berpengaruh secara signifikan. Dengan Variable harga diketahui  $t_{hitung} = 2,278 > t_{tabel} 1,99346$  maka  $H_a$  yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli konsumen diterima. Sedangkan  $H_0$  yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dan dengan minat beli konsumen secara simulat ditolak. Variabel kualitas Diketahui  $t_{hitung} = 3,232 > t_{tabel} 1,99346$  maka  $H_a$  yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara kualitas terhadap minat beli konsumen diterima. Sedangkan  $H_0$  yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas terhadap minat beli konsumen secara simultan ditolak. Sedangkan variabel promosi Diketahui  $t_{hitung} = 2,799 > t_{tabel} 1,99346$  maka  $H_a$  yang berbunyi ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat beli konsumen konsumen diterima. Sedangkan  $H_0$  yang berbunyi tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi dengan minat beli konsumen paket data IM3 secara simulat ditolak.

6. Dari hasil pengujian determinasi ( $R^2$ ) jika nilai R adalah sebesar 0,662 maka koefisien determinasi adalah sebesar  $0,662 \times 0,662 = 0,438$  (R square pada tabel 4.9) berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya adalah sebesar 43,8 %. Menunjukkan bahwa minat beli akan dipengaruhi oleh harga, kualitas dan promosi sebanyak 43,8%. Dan minat beli akan dipengaruhi oleh faktor lainnya sebanyak 56.2%

## **B. Saran**

Berdasarkan uraian dan simpulan diatas, maka peneliti memberi masukan sebagai bahan pertimbangan didalam mengambil kebijakan di masa yang akan datang sebagai pertimbangan perusahaan untuk memperhitungkan tarif harga, kualitas dan promosi agar minat beli konsumen dapat terpenuhi, karena telah terbukti bahwa ketiga variabel yaitu harga, kualitas dan promosi dapat mempengaruhi minat beli konsumen pada pembelian paket data IM3 di Universitas Widya Dharma Klaten. Masukan atau saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini terbukti harga, kualitas dan promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam pembelian paket data IM3. Jadi perusahaan IM3 harus bisa mengetahui apakah konsumen sudah merasa puas atau belum dengan produk atau jasa yang mereka berikan. Selain itu mereka harus menerima dan memperbaiki atau mengkaji ulang tentang tarif harga yang diberikan kepada kosumen, kualitas produk dan cara promosi.

2. Dalam penelitian ini kualitas jaringan 4G terbukti tidak stabil jadi perusahaan IM3 harus memperbaiki kualitas 4G paket data IM3 agar jaringan paket data internet lainya lancar dan memuaskan konsumen.
3. Memberikan promo – promo yang selalu up to date, discon dan penawaran harga yang dapat menarik perhatian konsumen agar manarik minat beli konsumen terhadap paket data IM3.
4. Harus sering melakukan promosi tidak hanya menawarkan di media elektronik atau di media cetak saja alangkah baiknya sering melakukan promosi di berbagai event kegiatan kampus agar dapat menarik minat beli mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharmi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharmi. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Bina Aksara.
- Augusty, Ferdinand. 2002. *Pengembangan Minat Beli Market Ekstensi*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Basu, Swastha. 1992. *Saluran Pemasaran, Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Basu, Swastha. 2000. *Pengantar bisnis modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta : Liberty.
- Boone L. E. dan Kutz D. L . 2002. *Pengantar Bisnis*. Jilid kesatu. Terjemahan Anwar Fadriansyah. Jakarta : Erlangga.
- Boyd, Walker. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategi Dengan Orientasi Global*. Edisi kedua. Jakarta : Erlangga.
- Buchari, Alma. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : CV Alfabet.
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl mcdaniel. 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Cooper, Donald R., dan Pamela, S. Schindler. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Volume 1. Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Dhermesta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Cetakan keduabelas. Yogyakarta : Libery.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar Dengan Iklan Yang Efektif : Strategi, Program Dan Teknik Pengukuran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Ghazali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Gujarati, Damodar. 2001. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Gujarati, Damodar. 2005. *Ekonomika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Harini. 2008. *Penetapan harga makro ekonomi pengantar* : PT Gramedia



- J. Supranto, M.A. 2002. *Metode Peramalan Kuantitatif untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta
- Kasali, Renald. 1995. *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kismono, Gugup. 2001. *Pengantar Bisnis*. Edisi pertama. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Midas Surya Grafindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2. Jakarta : PT Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium jilid kesatu dan kedua. Jakarta : PT. Prenhalindo.
- Kotler, philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Jakarta : Indeks.
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Edisi pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Marzuki. 2005. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : Ekonisia.
- McCharty, Jerome, E. : Perreault, William D. 2003. *Dasar Dasar Pemasaran*, edisi kelima, alih Bahasa : Agus Darma. Jakarta : Erlangga.
- Orville, Larache, dan Boyd. 2005. *Marketing Managemen : A Strategic, Decision Making Approach, 6<sup>th</sup> Edition*. Penerbit McGraw-Hill. New York City.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* . Terjemahan. Jakarta : Erlangga.
- Rambat, Lupioadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat.
- Saladin, Djaslim. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian*. Bandung : Lidya Karya.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Cetakan ketiga. Bandung : Lidya Karya.
- Stanton, William. 1996. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Ketujuh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Edisi 1. Jakarta : Salemba Empat.

Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Ekonesia.