PENGARUH HARGA PAKET KUOTA INTERNET, PROMOSI, DAN KUALITAS JARINGAN INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET

(Survei Pelanggan Ganet Bahagia di Klaten**)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran

Diajukan Oleh :

BIMANTARA BINTANG PAMUNGKAS

NIM. 1721100002

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN

JULI 2021

HALAMAN JUDUL

PENGARUH HARGA PAKET KUOTA INTERNET, PROMOSI, DAN KUALITAS JARINGAN INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET

(Survei Pelanggan Ganet Bahagia di Klaten**)**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana

(S1) Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Widya Dharma Klaten

Disusun oleh :

BIMANTARA BINTANG PAMUNGKAS

1721100002

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN

JULI 2021

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH HARGA PAKET KUOTA INTERNET, KUALITAS JARINGAN INTERNET, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET

(Survei Pelanggan Ganet Bahagia di Outlet Canan**)**

Diajukan oleh :

BIMANTARA BINTANG PAMUNGKAS

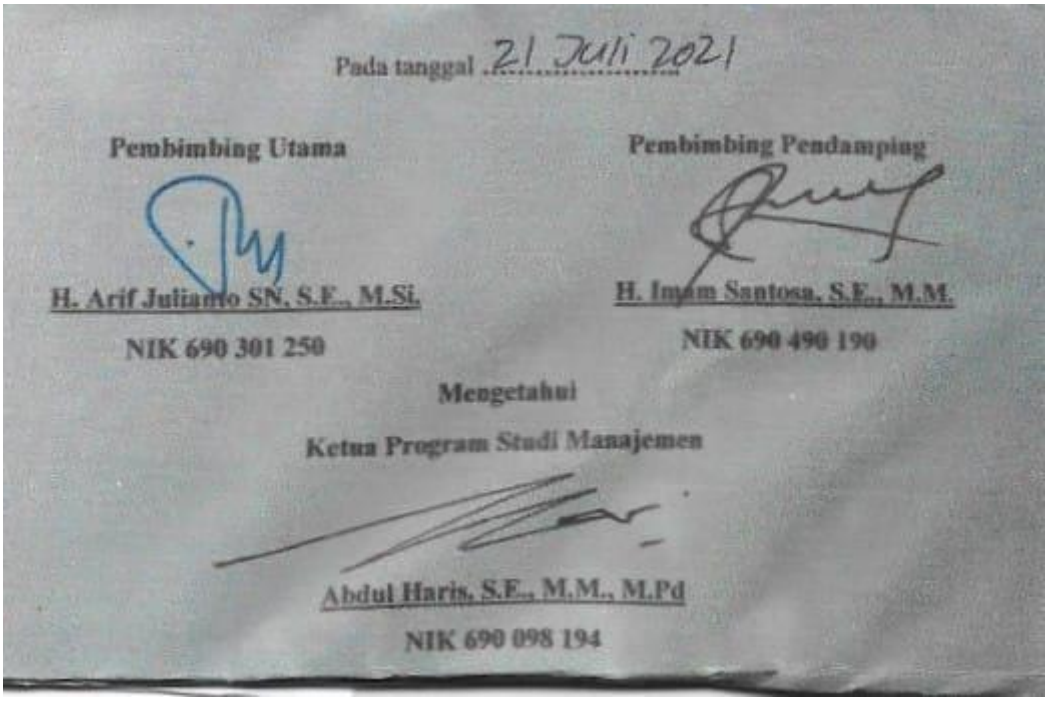
1721100002

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Dharma Klaten



HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH HARGA PAKET KUOTA INTERNET, KUALITAS JARINGAN INTERNET, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET

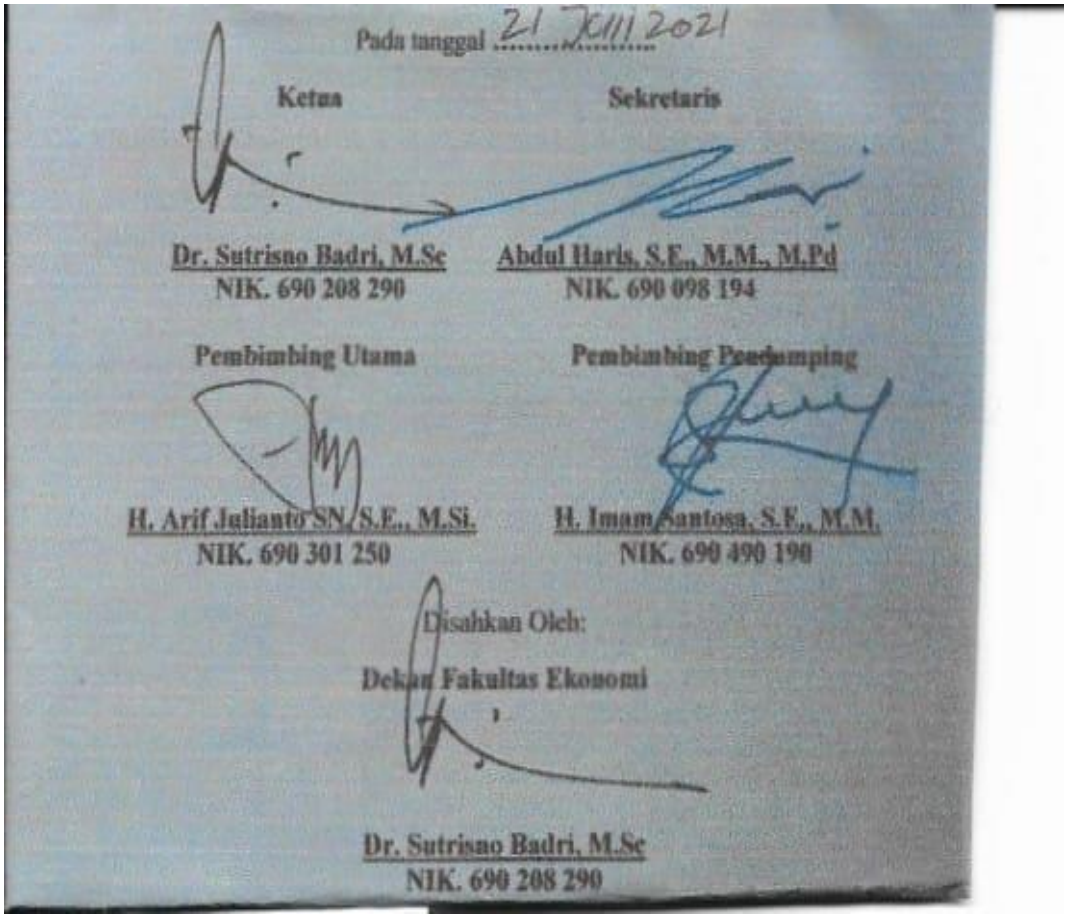
(Survei Pelanggan Ganet Bahagia Klaten)

Diajukan oleh :

BIMANTARA BINTANG PAMUNGKAS

1721100002

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma dan Diterima sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen


Pada tanggal 21 Juli 2021

Ketua

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

Sekretaris

Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd
NIK. 690 098 194

Pembimbing Utama

H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si.
NIK. 690 301 250

Pembimbing Pendamping

H. Imam Santosa, S.E., M.M.
NIK. 690 490 190

Disahkan Oleh:
Dekan Fakultas Ekonomi

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

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : BIMANTARA BINTANG PAMUNGKAS

NIM : 1721100002

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Peminatan : MANAJEMEN PEMASARAN

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : Pengaruh Harga Paket Kuota Internet, Promosi, dan Kualitas Jaringan Internet Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Pelanggan Ganet Bahagia Di Klaten)

adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Untuk kedua orang tua saya,, Bapak Sriyanto dan Ibu Pujiastuti yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa serta dukungan yang tulus dan iklhas kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi ini. Semoga ini dapat menjadi hadiah terindah dari segala cita-cita dan harapan kedua orang tua saya.
2. Untuk anak saya, Hanafi Azam Rasyid Alvaro, dan istri saya Etty Wahyuningsih yang selalu memberikan kebahagian, doa dan serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan baik.
3. Bapak Prof. DR.H. Triyono, M.Pd selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
4. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
5. Bapak H. Arif Julianto SN, SE, M.Si dan H. Imam Santosa, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dengan penuh kesabaran dan ketulusan dalam membimbing dan memberikan masukan-masukan yang bermanfaat selama penyusunan penulisan skripsi sampai selesai.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Karyawan, dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten yang telah banyak memberikan masukan selama kegiatan perkuliahan berlangsung serta membantu pelaksanaan perkuliahan akademik selama ini.

7. Terimakasih untuk seluruh teman teman Manajemen A dan B 2017, terkhusus untuk teman teman manajemen A yang telah mau bekerjasama dengan baik dengan mematuhi segala peraturan kelas. Terimakasih telah menerima dan memahami kepemimpinan saya selama hampir 4 tahun ini. Terimakasih untuk arti kekeluargaan yang luar biasa.

MOTTO

“Tidak masalah jika kamu berjalan dengan lambat, asalkan kamu tidak pernah berhenti berusaha” – Confucius

Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya – Q.S Al-Baqarah ayat 286

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT, yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang Pemilik dan Penguasa Alam beserta isinya,. Shalawat beserta salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, suri tauladan yang menuntun umat manusia sampai akhir zaman, yang kita nantikan syafaatnya di Yaumul Qiyamah nanti. Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar yang berjudul "**PENGARUH HARGA PAKET KUOTA INTERNET, PROMOSI, DAN KUALITAS JARINGAN INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET (Survei Pelanggan Ganet Bahagia di Outlet Canan)"**

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat sarjana ekonomi Universitas Widya Dharma. Penulis skripsi ini dibuat dengan berbagai analisis dalam jangka waktu tertentu sehingga dapat menghasilkan karya yang dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Namun penulis juga menyadari segala kekurangan serta ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini

Penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

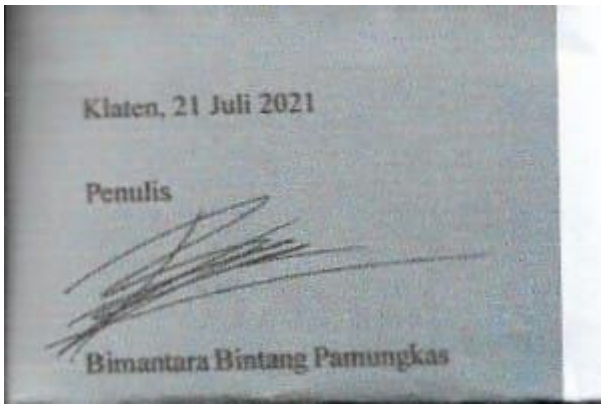
1. Allah SWT, karena berkat rahmat, hidayah dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan lancar.
2. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Sriyanto dan Ibu Pujiastuti yang selalu mencurahkan kasih sayang, doa dan dukungan baik secara moril dan

materiil dengan tulus dan iklhas sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

3. Untuk anak saya tersayang, Hanafi Azam Rasyid Alvaro dan istri saya Etty Wahyuningsih yang selalu memberikan kebahagiaan, doa dan dukungan kepada saya agar semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Prof. DR.H. Triyono, M.Pd selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
5. Bapak Dr. Sutrisno Badri, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.
6. Bapak H. Arif Julianto SN, SE, M.Si dan H. Imam Santosa, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran dengan penuh kesabaran dan ketulusan dalam membimbing dan memberikan masukan-masukan yang bermanfaat selama penyusunan penulisan skripsi sampai selesai.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Karyawan, dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten yang telah banyak memberikan masukan selama kegiatan perkuliahan berlangsung serta membantu pelaksanaan perkuliahan akademik selama ini.
8. Terimakasih untuk seluruh teman teman Manajemen A dan B 2017, terkhusus untuk teman teman manajemen A yang telah mau bekerjasama dengan baik dengan mematuhi segala peraturan kelas. Terimakasih telah menerima dan memahami kepemimpinan saya selama hampir 4 tahun ini. Terimakasih untuk arti kekeluargaan yang luar biasa.

9. Semua pihak yang memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuan yang diberikan kepada penulis hingga selesainya Tugas Akhir dan menjadikannya amal kebaikan yang mulia disisi-Nya. Penulis menyampaikan rasa terimakasih dan meminta maaf yang sebesar-besarnya apabila waktu penulisan Tugas Akhir ini terdapat kekurangan ataupun kesalahan yang tentunya tidak diharapkan penulis. Harapan penulis bahwa semoga Tugas Akhir berupa skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..... i

HALAMAN PERSETUJUAN ……..... ii

HALAMAN PENGESAHAN …….……... iii

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ……... iv

HALAMAN PERSEMBAHAN …….…….……..... v

MOTTO …….……..... vii

KATA PENGANTAR……viii

DAFTAR ISI …….…….…… xi

DAFTAR TABEL ….……..…….……..... xiii

DAFTAR GAMBAR ……..…….……..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN ……..…….……..... xv

ABSTRAK ……...…..…….……..... xvi

BAB I PENDAHULUAN ……...…….……..... 1

A. Latar Belakang ……...…… 1
B. Alasan Pemilihan Judul ……..... 4
C. Penegasan Judul …….…..……..... 5
D. Batasan Masalah ……..……...….. 6
E. Rumusan Masalah ……...…….. 6
F. Tujuan Penelitian …….…..... 7
G. Manfaat Penelitian ……..... 8
H. Sistematika Penulisan …….…….. 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA …….……..…..…..… 11

A. Konsep Manajemen Pemasaran ……..……..……..… 11
B. Bauran Pemasaran ……..…….……..... 13
C. Strategi Pemasaran ……..……..…….…..... 16
D. Harga ……..……..…….……..... 17
E. Kualitas ……...…..... 27
F. Promosi ……,…..... 30
G. Keputusan Pembelian …….…….. 38
H. Peneliti Terdahulu …….…..…… 47
I. Kerangka Pemikiran ……....…….……48
J. Hipotesis …….……..…… 50

BAB III METODE PENELITIAN ……..... 51

A. Jenis Metode Penelitian ……..…...…….…. 51

B. Subjek dan Objek Penelitian ……..…… ……..... 48
C. Lokasi Penelitian ……..…….....49
D. Metode Pengumpulan Data ……..……..... 49
E. Data dan Sumber Data …….....… 50
F. Variabel Penelitian ……..... 50
G. Indikator Penelitian ……..…….... 52
H. Populasi dan Sampel ……...…… 54
I. Teknik Pengambilan Sampel ……...……..… 55
J. Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Teknik Analisis Data…….. 56
K. Uji Hipotesis …… …… 59

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ……. 65

A. Gambaran Umum Perusahaan …….. 65
B. Struktur Organisasi ……... 66
C. Analisi Data dan Pembahasan …….. 67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN…….. 89

A. Kesimpulan ……..…… 89
B. Saran ……...…….....……..… 91
C. Keterbatasan Penelitian ……... 92

DAFTAR PUSTAKA ……..... 93

LAMPIRAN …… 95

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu …… 44
Tabel 3.1 Indikator Penelitian …….. 54
Tabel 3.2 Daftar Skala Likert ……..... 56
Tabel 4.1 Cabang Ganet Bahagia Cell ……. 65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……. 68
Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Usia ……. 69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan …… 69
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Penelitian …….. 71
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga ……... 71
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi ……...…… 73
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Jaringan …….…… 74
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian …….……. 76
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas ……..… 78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas ……..… 80
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda …….……..….. 81
Tabel 4.13 Hasil Uji T …….……..... 84
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan) …….……..…. 86
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R2) ……..... 87

DAFTAR GAMBAR

Gambar Gambar 2.1 Kerangka Konseptual ……. 47
Gambar 4.1 Produk Paket Data Internet …….. 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Pengisian Kuesioner

Lampiran 2. Kuesioner

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Uji Validitas

Lampiran 5. Uji Reabilitas

Lampiran 6. Uji Data

Lampiran 7. Distribusi R Tabel

Lampiran 8. Distribusi F Tabel

Lampiran 9. Dokumentasi

ABSTRAK

Bimantara Bintang Pamungkas, NIM 1721100002. Skripsi. Program Studi Manajemen. Pengaruh Harga Paket Kuota Internet, Kualitas Jaringan Internet dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet (Survei Pelanggan Ganet Bahagia Di Outlet Canan)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas jaringan dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia dan juga untuk mengetahui manakah yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian pada produk kartu perdana internet di Ganet Bahagia. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Ganet Bahagia yaitu sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran *form kuesioner* responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 22. Analisis ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa harga, kualitas jaringan dan promosi secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia. Variabel kualitas jaringan merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian. Variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas jaringan dan promosi sebesar 92.1%, sedangkan sisanya sebesar 7.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Jaringan, Promosi dan Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi sangat cepat, mengakibatkan tuntutan komunikasi yang lancar untuk menyampaikan informasi. Dengan adanya internet mempermudah mendapatkan dan menyebarkan informasi, dan lebih efisien dalam berkomunikasi tanpa adanya batas jarak dan waktu. Beberapa perusahaan bersaing dengan cara berinovasi menyediakan paket data sehingga dapat mengurangi biaya pengaksesan internet dari pada dengan pulsa regular.

Semakin tinggi tingkat persaingan dan tingkat kompleksitas pasar serta pelanggan yang semakin kritis mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis paket internet yang dikelola secara professional. Keberhasilan usaha penjualan paket internet bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan sehingga pelanggan dapat kembali lagi membeli barang dan jasa yang disediakan di bidang usaha ini. Artinya pemilik usaha harus mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk atau jasa pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan sehingga akan merasa puas dan terus menggunakan barang dan jasa yang disediakan.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2007). Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang komplek terdiri dari lima unsur yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Buruknya kualitas barang dan jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan akan mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama.

Persaingan ini diramaikan oleh beberapa perusahaan besar di Indonesia seperti Telkomsel, Indosat Oredo, dan XL Axiata. Banyaknya kartu internet yang tersebar dipasaran akan memberikan keleluasaan pengguna untuk menentukan pilihan, konsumen hanya menginginkan kemudahan dalam berkomunikasi dan tarif yang murah, sehingga banyak konsumen yang sering mengganti paket perdana internet mereka walaupun masing-masing operator memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing.

Tarif harga menjadi pertimbangan paling utama bagi para konsumen walaupun kadang melupakan kualitas jaringannya. Tarif yang ditetapkan pihak jasa sangat murah akan berdampak pada kepuasaan yang dapat dilihat dari hasil adanya pengaruh positif dan signifikan antara tariff terhadap kepuasan

pelanggan. Perusahaan harus berupaya memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen, namun kadang ada juga konsumen yang mementingkan kecepatan jaringannya daripada harga. Untuk saat ini jaringan yang tersedia 2G, 3G, 4G, dan 4,5G kebanyakan konsumen sudah menggunakan 4G sedangkan untuk yang 4,5G baru bisa diakses di kota-kota besar. Sekarang ini sudah rilis 5G tetapi belum bisa dinikmati masyarakat Indonesia. Tidak hanya harga dan kualitas saja yang mempengaruhi pembelian, tanpa adanya strategi pemasaran dengan mempromosikan produk melalui iklan, media sosial, personal selling dan lain-lain untuk menarik komsumen melakukan pembelian.

Selain faktor harga, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk paket perdana internet.

Dimasa pandemic covid-19 penjualan paket internet semakin tinggi, salah satunya dipengaruhi oleh tuntutan sekolah yang mengharuskan melalui daring dan membutuhkan kuota internet. Dampak dari sekolah dengan daring dan wisata ditutup untuk sementara mereka mengisi waktu luang untuk bermain game online, jejaring sosial, dan youtube maka berbanding lurus dengan penjualan paket internet yang semakin banyak.

Ganet Bahagia merupakan salah satu penyedia barang dan jasa internet yang berada di Jalan Raya Gunungan Rt 12 Rw 007, Canan, Wedi, Klaten, Jawa Tengah. Kehadiran Ganet Bahagia Cell merupakan salah satu konter yang menyediakan barang dan jasa dengan harga yang lebih terjangkau. Selain itu, jam pelayanan Ganet Bahagia Cell dari pagi sampai dengan malam sehingga cukup efektif. Ganet Bahagia Cell menyediakan barang aksesoris Handphone, perdana internet, dan kartu seluler. Untuk penyedia jasa juga melayani pembayaran transfer, kartu bpjs, listrik, Wi-Fi dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis adanya pengaruh harga paket internet, kualitas jaringan internet, dan promosi terhadap minat beli antara manakah yang paling dominan antara harga paket internet, kualitas jaringan internet, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet.

Indikator dari promosi adalah iklan dari berbagai media dan elektronik, informasi kartu perdana dari penjual, promosi yang dilakukan menarik, dan mendapat tambahan bonus dari pembelian.

B. Alasan Pemilihan Judul

Adapun alasan dipilihnya judul penelitian ini berdasarkan alasan objektif dan subyektif adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Penulis tertarik karena strategi pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk suatu kegiatan usaha, karena dengan menggunakan strategi pemasaran suatu kegiatan usaha akan mampu berkembang, mendapatkan laba dan dapat meningkatkan volume penjualan produk secara maksimal.

2. Alasan Subyektif

Karena penulis tertarik tentang strategi pemasaran dan pengaruh harga paket data internet, promosi, dan kualitas jaringan internet terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet konsumen.

C. Penegasan Judul

Berdasarkan judul yang penulis sampaikan dalam penulisan ini, maka perlu penulis tegaskan istilah-istilah yang ada dalam penelitian:

1. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dinutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. (Stanton, Angipora, 2002).
2. Kualitas jaringan adalah suatu 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)

3. Promosi merupakan salah satu variable dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinganan dan kebutuhannya. (Rambat Lupiyoadi 2006:120).
4. Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. (Kotler & Amstrong, 2014)

D. Batasan Masalah

Dalam menyusun skripsi ini peneliti membatasi masalah untuk memudahkan analisis agar dalam penelitian memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang objek yang diteliti, sehingga data yang diteliti bisa dipelajari secara keseluruhan dan berintegrasi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Berbagai harga paket internet yang tawarkan oleh Ganet bahagia dibawah Rp. 100.000
2. Kualitas jaringan internet meliputi kecepatan koneksi internet untuk mengakses internet, dan ketersediaan koneksi internet di beberapa wilayah.
3. Media yang digunakan Ganet Bahagia untuk promosi what apps, bener, kupon undian, dan pamflet.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka pokok masalah yang dihadapi dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah harga paket internet memengaruhi keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia?
2. Apakah kualitas jaringan memengaruhi keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia?
3. Apakah promosi memengaruhi keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia?
4. Variabel manakah diantara harga paket internet, kualitas jaringan internet, dan promosi yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh harga paket internet terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia.
2. Untuk menguji kualitas jaringan internet terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia.

3. Untuk menguji promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet Bahagia.
4. Untuk menguji pengaruh harga paket internet, kualitas jaringan internet, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet di Ganet bahagia.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Penulis mendapat manfaat berupa pengalaman melakukan sebuah penelitian ilmiah disuatu perusahaan, dan belajar bagaimana cara menyajikannya melalui sebuah hasil karya tulis ilmiah dan terpenuhinya rasa keingintahuan peneliti mengenai yang dilakukan.

2. Bagi Pengusaha

   Diharapkan dapat membantu bagi pengusaha dalam memberikan informasi dan bahan pertimbangan dalam pengelolaan pemasaran.

3. Bagi Peneliti Lain

   Dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya, dengan menggunakan variabel yang sama atau berkaitan maupun dengan variabel yang lain.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mengetahui dan memperjelas dalam mengetahui garis besar penyusunan skripsi ini, maka penulis akan menyajikan sistematika skripsi sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan memuat ketentuan-ketentuan pokok dalam penyusunan skripsi yaitu latar belakang masalah, idenifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas mengenai masalah-masalah yang mendasari analisa yaitu penaruh harga, kualitas jaringan, dan promosi, serta Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang deskripsi obyek penelitian, teknik pengambilan data dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan dari analisis data penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisa bab sebelumnya serta beberapa saran yang diberikan penulis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pengaruh harga, promosi dan kualitas jaringan internet terhadap keputusan pembelian paket data internet Ganet Bahagia Cell dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan identifikasi responden disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini berusia antara 16-25 tahun sejumlah 49, yang dominan mengisi kuisioner adalah laki-laki berjumlah 44 orang, dan jenis pekerjaan yang dominan dalam pengisian kuisioner adalah lainnya (selain PNS, pelajar, karyawan, pegawai BUMN, dan wirausaha) berjumlah 28.
2. Berdasarkan uji validitas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari kuesioner penelitian variabel harga (X1), promosi (X2), kualitas jaringan internet (X3) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena rhitung > rtabel (0.235).
3. Berdasarkan uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) dan variabel kualitas jaringan (X3) menunjukan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 serta variabel promosi menunjukan nilai *Cronbach Alpha* 0,681 yang berarti semua pernyatan dari kuisioner penelitian variabel tersebut dinyatakan reliabel.
4. Berdasarkan analisis deskriptif secara umum menggambarkan bahwa harga menunjukan taraf sangat relatif murah, promosi menunjukkan hasil menarik, dan kualitas jaringan menunjukkan hasil lancar. Dari hasil tersebut

tentu akan menunjang tercapainya keputusan pembelian, karena unsur-unsur yang menunjang tercapainya keputusan pembelian sudah sebagian besar dimiliki oleh Ganet Bahagia

a. Berdasarkan hasil analis linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu Y = -2,836 + 0,092 X1 + 0,335 X2 + 0,528 X3 + e. Menunjukan bahwa konstanta dalam pengujan ini sebesar 2,386 berarti tanpa adanya upaya peningkatan harga (X1), promosi (X2) dan kualitas jaringan internet (X3) maka akan terjadi penurunan keputusan pembelian paket data internet Ganet Bahagia Cell sebesar 2,386 satuan keputusan pembelian demikian sebaliknya.
b. Hasil pengujian uji T (parsial) dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga (X1), promosi (X2) dan kualitas jaringan internet (X3) terhadap keputusan pembelian paket data internet Ganet Bahagia Cell, karena t hitung harga 2,078 > t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,002 < 0.05 artinya H1 diterima, t hitung promosi 4,772 > t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,000 < 0.05 artinya H2 diterima, t hitung kualitas jaringan internet8,738 > t tabel 1,985 dan signifikansi 0,000 < 0.05 sehingga H3 diterima.
c. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) tersebut diperoleh nilai Fhitung sebesar 269,291 dengan signifikan 0,000. Hal ini membuktikan bahwa fhitung = 269,291 lebih besar dari ftabel = 2,74 sedangkan taraf signifikansi =0,000 lebih kecil dari alpha pada taraf 5% atau (0,05)

sehingga dapat dikatakan bahwa harga, promosi dan kualitas jaringan internet secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan H4, yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

d. Berdasarkan hasil uji T membuktikan bahwa kualitas jaringan lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data internet Ganet Bahagia. Artinya bahwa H6 diterima.
e. Hasil analisis koefisien determinasi diketahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 92.1%, sedangkan sisanya yaitu 7.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan diatas, ada beberapa saran yang dikemukakan penulis bagi perusahaan dan juga bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi Ganet Bahagia Cell
   a. Dengan penilaian responden yang menyatakan bahwa harga paket data internet Ganet Bahagia sangat relatif murah dan kompetitif sehingga Ganet Bahagia harus mempertahankan hal tersebut agar pelanggan akan tetap membeli paket data internet di Ganet Bahagia.
   b. Dengan penilaian responden yang menyatakan bahwa promosi yang diberikan menarik sehingga Ganet Bahagia harus tetap berinovasi untuk

memberikan promosi yang lain agar menarik pelanggan untuk membeli di Ganet

2. BahagiaBagi Peneliti Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan untuk :

   a. Memperluas objek penelitian, tidak hanya terbatas pada harga, promosi, dan kualitas jaringan tetapi juga variabel lainnya misalnya kualitas pelayanan, lingkungan fisik, dan lain-lain.
   b. menambah jumlah responden agar semakin mewakili jawaban dalam penelitian.

C. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena penelitian ini hanya menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner dalam pengambilan jawaban dari responden, sehingga memungkinkan bahwa jawaban dari responden tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya dikarenakan kondisi dan faktor tertentu dari masing-masing responden
2. Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel harga, promosi dan kualitas jaringan sehingga variabel tersebut dirasa belum mampu menjelaskan secara keseluruhan atau maksimal mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

Abdul, Kadir. 2001. *Pemrograman Database Menggunakan Delphi Jilid 1*. Jakarta : Salemba Infotek.

Basu, Swasta dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty

Crosby, Philip B. 1979. *Quality is Free; The Art of Marking Quality Certain*. New York

Fandy Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Bayu Medi publishing,

ISO 8402, 2001. *Quaity Management and Quality Assurance.* Jakarta: Salemba Empat

Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philips, Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran; Analisis Perencanaan, Implemental, dan Pengendalian. Jilid Pertama Edisi Millenium*. Jakarta : PT.Prehalindo

Kotler, Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke-12, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip (2006). *Manajemen pemasaran Edisi kesebelas Jilid I*, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13*. Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, 2014, *Principles of Marketin, 12th Edition,* Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2.* Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.

Philips, Kotler dan Gary A. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Pramono, Sri Sukmawati, A.G Suyono, 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Prodik Barang Maupun Jasa*.Intidayu Press. Jakarta

Rambat, Lupiyoadi, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Selemba Empat 306

Suparyanto & Rosad, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media

Stanton, William J, 2000. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 edisi ke 3*, Alih Bahasa oleh Yohannes Lamarto, Jakarta : Erlangga.

Taguchi, G. 1987. *System of Experimental Design* (Vol-1-2).

Tjiptono, Fandi. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandi. 2007. *Strategik Pemasaran*. 2 ed. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, chandra, 2008. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta : Andi Offset.

Utami, Gita Hafidzah. (2019) *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Toko Roti Breadtalk Jababeka). Skripsi*. Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial. Universitas Pelita Bangsa. Bekasi .

Wahidah, N. 2010. Komponen-Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan.http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yangmemengaruhi -cita.html. Diakses tanggal 23 Februari 2021 pukul 22.01.

Waode, S. 2014. Pengaruh Fitur Produk, Harga, Jaringan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar As pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2011-2013 Universitas Haluoleo. Kendari:Universitas Haluole