PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DIDESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

SKRIPSI

Nama : Andilau

NIM : 212015310

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA TELKOMSEL DIDESA PAMPANGAN KECAMATAN PAMPANGAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

SKRIPSI

Diajukan Untuk menyusun Skripsi pada program strata satu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadyah Palembang

Nama : Andilau

NIM : 212015310

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2020

PERNYATAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tanda tangan diwah ini:

Nama	**: Andilau**
NIM	**: 212015310**
Konsentrasi	**: Pemasaran**
Judul	**: Pengaruh produk dan harga Terhadap keputusan Pembelian terhadap kartu perdana telkomsel Di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir**

Dengan ini saya menyatakankan :

1. **Karya tulis ini asli dua belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik serjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.**
2. **Karya tulis ini adalah murni gagasan,rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbimg**
3. **Dalam karya tulis ini terdapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali telah ditulis dengan jelas pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka**
4. **Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini , maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penyabutan gelar yang diperoleh karena diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku doperguruan tinggi ini.**

Palembang, agustus 2020

Andilau

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Produk/ Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Desa Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir
Nama	: Andilau
NIM	: 212015310
Fakultas	: Ekonomi & Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Kosentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal, Mei 2019

Pembimbing 1,

DR. Sri Rahayu,Hj,S.E,M.M

NIDN: 0206016702

Pembimbing II,

Amidi, S.E.,M.Si

NIDN: 020746301

Mengetahui,

Dekan

u.b Ketua Program Studi Manajemen

Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si

NIDN : 0226107001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidaklah kenikmatan dunia berarti apa-apa, melainkan bagai setetes madu, maka siapa yang hanya mencicipinya sedikit , ia akan Selamat. Namun siapa yang menceburkan diri kedalamnya, ia akan binasa Bagian terbaik dari hidup seseorang adalah perbuatan-perbuatan baik nya dan kasih sayang yang tidak di ketahui orang lain”

(Pepatah Arab)

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. **Kepada Mama dan Papa tercinta yang telah memberikan segalanya untuk membahagiakan anaknya**
2. **Kepada Kakakku tersayang Dedy Sopian, Meryana, Wily dan Ricardo.**
3. **kepada Keluarga Besarku yang telah memberikan dukungan, semangat, serta do’a**
4. **Kepada Dosen Pembimbingku dan Almamaterku Universitas Muhammadiyah Palembang.**
5. **Kepada seluruh sahabat, Teman, dan Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelsaikan skripsi ini**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum. Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat menyesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Produk, Harga Dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel Di Desa Pampangan Kecamatan pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir" tepat pada waktunya.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada ayahanda Nangyu dan Ibunda Haryati tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. " ***Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil".*** **Saudaraku Beni saputra S.pd, Novita Sari S.pd, Bella Pratiwi, dan Wahyudi Hidayat, terimakasih telah memberikan dorongan semangat dan doa yang tulus disetiap langkah dan perjuanganku. Selain itu keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :**

a. **Bapak Abid Djazuli, S.E, M.M., DR,selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.**

b. **Bapak Fauzi Ridwan, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.**

c. **Ibu Maftuhah Nurrahmi, Hj. S.E, M.Si. Ketua Program Studi Manajemen**

d. **Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E, M.Si,. DR selaku pembimbing sekaligus Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang dan juga selaku Pembimbing Akademik.**

e. **Ibu Zurriyah Hj. S.E, M.SI selaku pembimbing**

f. **Ibu Arniza Nilawati S.E, M,SI selaku Penelaah satudan Bapak Yudha Mahrom DS, S.E,M.SI selaku penelaah dua**

g. **Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.**

h. **Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.**

i. **Keluarga besar paket 03 yang telah membuat awal duduk di perkuliahan penulis menjadi berkesan.**

j. **Teman-teman KKN posko146 (Idris Afandi, Novita Sari, Devi Putri Lestari, Erlin sapitri, rizki, rendy, yuni, khairul anwar) serta seluruh keluarga besar DesaArisan Gading OganIlir.**

k. **Teman- temanku Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP angkatan 2014.**

Akhirulkalam dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelsaikan skripsi ini. Harapan penulis semoga skripsi ini bisa bermanfaaat bagi para pembaca, Amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palembang, Agustus 2020
Penulis

Andilau

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR ..... **i**

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO ..... **iv**

HALAMAN PRAKATA ..... **v**

HALAMAN DAFTAR ISI ..... **x**

HALAMAN DAFTAR TABEL ..... **xi**

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

ABSTRAK ..... **xiv**

ABCRACT ..... **xv**

BAB I. PENDAHULUAN

- **A. Latar Belakang Masalah** **1**
- **B. Rumusan Masalah** **6**
- **C. Tujuan Penelitian** **6**
- **D. Manfaat Penelitian** **6**

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMEIKIRAN, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori..... 7
B. Penelitian Sebelumnya..... 17
C. Kerangka Pemikiran..... 20
D. Hipotesis..... 20

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 21
B. Lokasi Penelitian..... 22
C. Operasionalisasi Variabel..... 22
D. Populasi dan Sampel..... 23
E. Data yang Diperlukan..... 25
F. Metode Pengumpulan Data..... 26
G. Analisis Data danTeknik Analisis..... 27

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian..... 34
B. Pembahasan Hasil Penelitian..... 58

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 66
B. Saran..... 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pendapat masyarakat terhadap kartu perdana Telkomsel..... 3

Tabel II.1 Model Prilaku Konsume..... 8

Tabel III.1 OperasionalVariabel..... 22

Tabel III.2 Populasi..... 23

Tabel III.3 Sampel..... 24

Tabel IV.1Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis kelamin..... 36
Tabel IV.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia 37
Tabel IV.3 Keadaan Bangunan Desa Pampangan 38
Tabel IV.4Jumlah Penduduk Berdasarkan Pekerjaan..... 39
Tabel IV.5 UjiValiditas..... 41
Tabel IV.6 Uji Reabilitas 42
Tabel IV.7Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 43
Tabel IV.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 43
Tabel IV.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 44
Tabel IV.10Karakteristik Responden Berdasarkan Masa pengguna..... 45
Tabel IV.11Keputusan Pembelian 46
Tabel IV.12Jawaban Responden Produk (X1) 47
Tabel IV.13Jawaban Responden Harga (X2) 49
Tabel IV.14Jawaban Responden Proses (X3) 50
Tabel IV.15Regresi Linear Berganda 51
Tabel IV.16Uji F..... 53
Tabel IV.17 Uji t..... 55
Tabel IV. Uji Determinasi..... 57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi

Lampiran 3 Hasil SPSS

Lampiran 4 Karakteristik Responden

Lampiran 5 Uji Validitas Dan Uji Reabilitas

Lampiran 6 Tabel t

Lampiran 7 Tabel f

Lampiran 8 Jadwal Kegiatan Penelitian Mahasiswa

Lampiran 9 Surat Keterangan Riset

Lampiran 10 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

Lampiran 11 Sertifikat AIK

Lampiran 12 Sertifikat TOEFL

Lampiran 13 Biodata Penulis

ABSTRAK

Andilau /21 2015 310/ 2020 : Pengaruh Produk , Harga Dan Proses Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomseldi Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah pengaruh Produk, Harga, dan Proses terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten ogan komering ilir? Tujuan penelitian adalah Untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, dan Proses terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten ogan komering ilir. Jenis penelitian Assosiatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 249 kepalakeluarga (KK). Tehnik sampel yang saya gunakan adalah *Cluster Sampling.* Data yang digunakan data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Metode analisis yang digunakan kualitatif yang kemudian dikuantitaifkan. Tehnik analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Produk, Harga dan Proses berpengaruh signifikan secara Bersama- sama terhadap keputusan pembelian kartu Perdana telkomsel di Desa pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Variabel Produk, Harga, dan Proses berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kartu Perdana telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir. Hubungan yang di berikan variabel Produk, Harga dan Proses terhadap keputusan Pembelian kartu perdana hanya sebesar 25,2%.

Kata Kunci : Produk, Harga, Proses, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Andilau/212015310/2020/*The Influence of Products and Prices on the Decision to Purchase Telkomsel Starter Cards in Pampangan Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency*

The objective of this study is to determine the effect of product and the price on purchase decisions in the Village Telkomsel SIM Card Pampangan District of Pampangan Ogan Ogan Ilir. The type of research is associative. The subject o this researh was all of family heads (KK) in D esa Pampangan, Ogan Komering Ilir Regency, The total number of population was 663 households . The sampling technique used was cluster sampling with the Slovin formula in order to obtain 249 research samples. The data used was primary data. The technique for collecting the data was distributing questionnaire with analysis methods, namely qualitative and quantitative analysis. The analysis technique used was multiple linear regression analysis.The results showed that product and price had an influence on the decision to purchase Telkomsel Prime Card in Pampangan Village, Pampangan District, Ogan Komering Ilir Regency . The results of the test partially showed product had an influence on purchasing decisions and Price influenced on purchasing decisions.

Keywords: *product, price, purchase decision*

PENGESAHAN
NO. 285 /Ab.4/SK.UP.UMP/ VIII / 20 20
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan disiplin ilmu yang sangat luas. Aktivitas pemasaran dimulai sejak dilakukan identifikasi terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, berlanjut secara bertahap sampai pada terwujudnya barang dan jasa yang sesuai kebutuhan dan keinginan yang dimaksud. Dalam proses tersebut banyak rangkaian kegiatan yang kompleks mulai dari pemunculan gagasan/ide produk, penentuan pasokan sumber bahan bakunya, analisis sumber daya manusia yang di perlukan, langkah-langkah proses produksinya, pendanaanya sampai barang siap dikonsumsi oleh konsumen.

Pemasaran menjadi pengarah gerak organisasi sebab lewat aktifitas pemasaran dapat ditentukan barang/jasa yang layak ditawarkan,sehingga memperoleh respon positif pasar yang pada akhirnya menjanjikan keuntungan bagi perusahaan. Jaminan keuntungan tersebut dapat di pertahankan sepanjang pasar dapat bersifat adaptif terhadap hal-hal yang baru yang lebih diminati oleh konsumen. Konsep dari strategi pemasaran jasa yang paling mendasar adalah perusahaan harus mencapai tiga aspek yaitu pada konsumen, keputusan konsumen dan integrasi dari keseluruhan pemasaran usaha untuk meningkatkan komunikasi dan kelancaran dalam berusaha diperlukan sesuatu untuk mempermudah proses pemasaran.Selain itu diperlukan suatu strategi pemasaran jasa yang cukup baik agar dapat memberikan suatu manfaat yang sebesar-besarnya dan dapat menghadapi persaingan dengan perusahaan

sejenis.Mengingat semakin banyaknya barang dan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen, baik dalam jumlah maupun jenisnya hal ini mendorong perusahaan-perusahaan saling berpacu agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen dengan cara menghasilkan barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen, salah satunya adalah perusahaan operator seluler. Perusahaan operator seluler mulai berlomba-lomba mengeluarkan kartu/Sim Card (isi dari telepon seluler) Teknologi GSM (*Global System for Mobile Community*) dengan jenis dan keunggulan, fasilitas, dan layanan masing-masing demi memuaskan konsumen. Keadaan ini menyebabkan timbulnya persaingan tajam antara perusahaan operator seluler PT Telkomsel Tbk, PT. XL Graha Seluler Pratama, dan PT. Indosat, yang mengeluarkan kartu perdana Sim Card yang ada dipasar. Persaingan tersebut dapat kita lihat melalui iklan di media cetak maupun elektronik, pemasangan spanduk, dan pemasaran langsung kekonsumen dan peneliti menganggap bahwa persaingan tersebut tergolong kedalam pasar monopolistik, atau pasar persaingan tidak sempurna yang menyangkut jenis produk, kualitas, iklan, dan harga.

Desa Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir yang merupakan salah satu kota perdagangan atau niaga memegang peranan penting dalam perekonomian karena terletak pada posisi geografis, hal ini yang mempengaruhi kemajemukan masyarakatnya, terdiri dari berbagai budaya, adat, suku, ras yang berbeda beda. Keanekaragaman tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pola pikir masyarakatnya, bahkan dapat juga mengubah pola hidupnya. Salah satu pola hidup yang dipengaruhi adalah

penggunaan alat komunikasi disebut telepon kini mulai beralih menggunakan telepon seluler. Di Desa Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir perusahaan operator seluler dengan Teknologi GSM (*Global System for Mobile Community*) yang sudah berjalan antara lain. Pada kondisi saat ini saya akan membahas jasa yang di gunakan oleh PT Telkomsel termasuk salah satu kartu perdana yang ditawarkan, manfaatnya tidak berwujud namun bisa dinikmati serta di gunakan oleh para konsumen. Kartu perdana Telkomsel ini juga terbagi menjadi beberapa produk diantaranya kartu perdana untuk telfon, kuota, serta ada juga kartu internet.

Tabel 1.1
Pendapat masyarakat terhadap kartu perdana Telkomsel

No	Indikator	Setuju	Tidak setuju
1	JangkauanJaringan luas	25 orang	20 orang
2	Harga yang Mahal	31 orang	14 orang
3	Internet yang lancar	45 orang	tidak ada
4	Ada paket untuk telfon,sms.dan internet	40 orang	5 orang
5	Kecepatanjaringan	37 orang	8 orang
6	Jaringantidakputus-putus	32 orang	13 orang
7	Ada bonus telfon, sms, internet	12 orang	33 orang

Sumber :Hasil penyebaran kuesioner sementara pada masyarakat

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Berdasarkan jangkauan, masyarakat yang memberikan penilaian setuju terhadap indikator jangakauan jaringan luas kartu perdana telkomsel yang setuju ada 25 (56%) orang, yang tidak setuju ada 20 (44%) orang.

Luasnya jangkauan jaringan kartu perdana Telkomsel ditunjukkan oleh kemampuannya menjangkau wilayah-wilayah yang jauh dari kota. Hal ini memudahkan masyarakat berkomunikasi dengan relasinya yang berjauhan.

Berdasarkan harga, indikator kartu perdana telkomsel dengan harga yang tinggi ada 31 (69%) orang, lebih besar masyarakat yang tidak setuju kalau harga Telkomsel tinggi yaitu sebesar 14 (31%) orang.Mahalnya harga dikatakan konsumen misalnya terhadap kartu internetnya. Penggunaan internet dengan Telkomsel dinilai lebih mahal dibandingkan kartu yang lain. Telkomsel dianggap murah hanya dengan sesama Telkomsel. Masih 69% responden mencakup harga kartu telkomsel masih mahal.

Berdasarkan internet yang lancar, seluruh masyarakat yang ditanya menyetujui kelancaran penggunaan internet dengan Telkomsel, dan jarang memiliki gangguan. Kelancaran penggunaan internet ini tentu memuaskan konsumen dalam berkomunikasi dan beraktifitas.

Berdasarkan paket, adanya paket nelpon, sms, dan internet disetujui oleh 40 (89%) responden, sisanya sebanyak 5 (11%) orang tidak setuju. Menunjukkan bahwa tidak semua orang mengetahui tentang paket nelpon, sms dan internet. Menyebabkan adanya perbedaan pendapat, karena sistem paket data yang tidak diketahui oleh semua orang.

Berdasarkan Kecepatan jaringan, masyarakat yang memberikan penilaian setuju terhadap indikator kecepatan jaringan kartu perdana telkomsel yang setuju ada 37 (82%) orang, yang tidak setuju ada 8 (18%) orang. Kecepatan jaringan kartu perdana Telkomsel ditunjukkan oleh kemampuan

kecepatan jaringanya. Jaringan kartu telkomsel lebih mudah diakses dimanapun tempat khususnya tempat pedasaan yang belum semua jaringan dan kartu dapat digunakan dengan baik. Sehingga akses jaringan telkomsel lebih mudah didapat.

Berdasarkan Jaringan tidak terputus-putus, masyarakat yang memberikan penilaian setuju terhadap indikator jaringan tidak terputus-putus kartu perdana telkomsel yang setuju ada 32 (71%) orang, yang tidak setuju ada 13(29%) orang. Jaringan tidak terputus-putus kartu perdana Telkomsel ditunjukkan oleh kemampuan jaringan walau berada di wilayah-wilayah yang jauh dari kota. Hal ini memudahkan masyarakat berkomunikasi dengan relasinya yang berjauhan.

Berdasarkan bonus, adanya bonus nelpon, sms, dan internet disetujui oleh 12 (27%) responden, sisanya sebanyak 33 (73%) orang tidak setuju. Bonus nelpon, sms dan internet tidak semua orang mendapatkannya, hal ini disebabkan karena bonus tersebut diperoleh dengan persyaratan tertentu dari telkomsel. Persyaratan tersebut seperti sering melakukan pengisian ulang pulsa, pulsa yang digunakan dalam waku tertentu sudah melebih ketentuan dari telkomsel, pengguna kartu telkomsel yang loyal, waktu penggunaan kartu telkomsel yang sudah lama dan lain sebagainya.

Dari 7 indikator yang dituju kepada responden terdapat beberapa indikator yang dianggap masih banyak, yaitu harga, jangkauan yang tidak terputus-putus, bonus telpon, dan sms.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat di peroleh bagi beberapa pihak yaitu :

1. **Bagi Penulis**

   Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktik dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khusunya dalam konsentrasi pemasaran.

2. **Bagi Almamater**

   Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik yang relatif sama.

BAB II

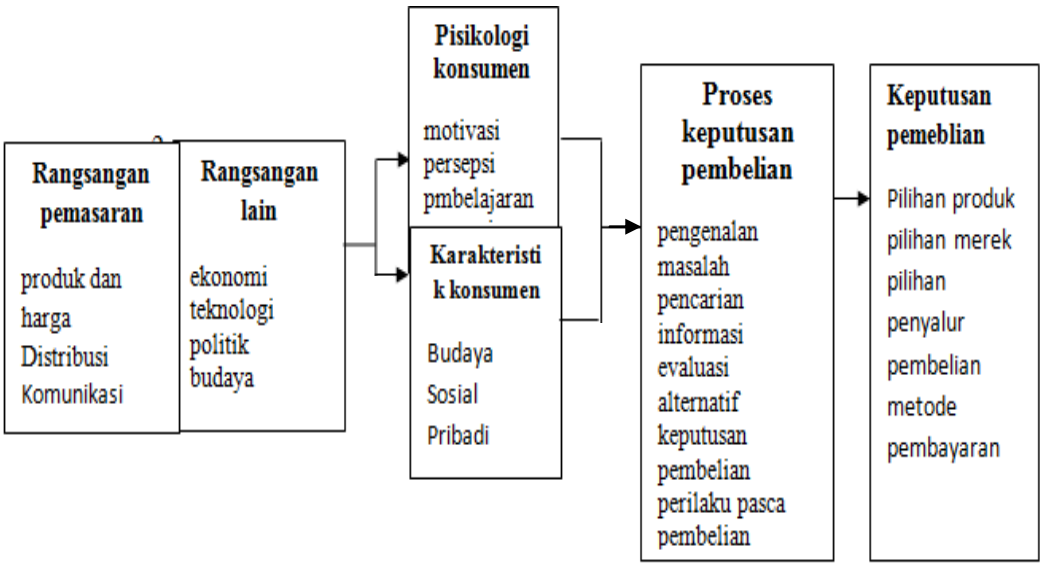
KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009:166) menyatakan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Pemasar dapat memahami secara penuh teori dan realitas perilaku konsumen. Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua ke inginan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Agar dapat memahami perilaku konsumen yang baik diperlukan suatu kerangka model yang merupakan penyederhanaan keadaan nyata serta secara jelas menerangkan proses pengambilan keputusan. Dengan model yang diharapkan dapat membantu analisis untuk berfikir secara logis dan sistematis.



Gambar II. 1
Model Perilaku Konsumen

Sumber : Kotler dan Keller (2009:178)

Berdasarkan model ini terlihat bahwa kegiatan pembelian yang akan dilakukan pembeli, selain ditentukan oleh faktor eksternal individu juga bisa lewat pemikiran dan tindakan calon pembeli tersebut yang terdiri dari dua komponen, yaitu pertama ciri-ciri pembeli yang mempengaruhi reaksi mereka terhadap rangsangan kedua proses pengambilan keputusan oleh pembeli. Hal itu terlihat dari hasil terjadinya transaksi pembelian. Ciri-ciri pembeli akan menentukan rangsangan apa yang sebaiknya dapat dipergunakan secara efektif.

Ketika membahas strategi untuk memasarkan barang manufaktur, pemasar biasanya memperhatikan empat unsur strategi dasar : produk, harga, distribusi, dan promosi. Tetapi sifat jasa yang melibatkan berbagai aspek keterlibatan pelanggan dalam produksi dan pentingnya faktor waktu, membutuhkan unsur strategis lainnya.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh unsur –unsur tersebut dan diakhiri dengan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2001:226) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Menurut Kotler (2002:185) karakteristik pembeli terdiri dari :

a. Pemilihan produk

   Konsumen memilih produk yang mempunyai susuatu keistimewaan dibandingkan produk-produk lain yang sejenis.

b. Pemilihan Merek

   Konsumen akan memilih penyalur yang prosesnya lebih gampang

c. Waktu Pembelian

   Waktu-waktu yang tidak begitu sibuk menjadi pilihan konsumen.

d. Jumlah Pembelian

   Jumlah pembelian pun tergantung dari beberapa banyak kebutuhannya akan produk tersebut.

Menurut Zeithaml (2001:48) *Marketing mix* merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir, dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mecapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Unsur – unsur dalam pemasaran jasa terdiri dari 7P yaitu Produk (*product*), harga *(price*), tempat/lokasi *(place*), promosi

(promotion),Orang *(people),* Bukti Fisik *(physicalevidence),* dan Proses *(process).* Dengan pejelasanebagai berikut :

a. Lokasi/ Distribusi *(Place)*

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:73) Distribusi *(place)* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi.. Produsen dan pelanggan akhir merupakan bagian dari semua saluran. Jumlah tingkat perantara unutk menentukan saluran distribusi.

b. Promosi *(promotion)*

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:92) Promosi (*promotion),* adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. Yang perlu di perhatikan dalam promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix).*

c. Produk (*product*)

Menurut Kotler (2008:45) Produk merupakan penawaran berwujud perusahaan kepada pasar,yang mencakup kualitas, rancangan, bentuk, merek, dan kemampuan produk.

d. Harga *(pricing)*

Menurut Rambat Lupiyoadi (2011:72) Harga Adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya.

e. Proses (*process)*

Menurut Zeithaml (2002:20) Proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

f. Orang *(people*)

Menurut Ratih Hurriyati (2008:62), orang (*people*) ialah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan *image* perusahaan yang bersangkutan.

g. Bukti fisik (*Physical evidence)*

Menurut Rambat Lupiyoadi (2011:89) lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi.

2. Produk *(product)*

Menurut Karim, dkk, (2014:423) Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikomsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan, baik berupa barang maupun jasa . Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen baik produk yang berwujud maupun produk yang tidak berwujud yang

dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Menurut Titik Wijayanti (2017:57) unsur-unsur yang harus dimiliki sebuah produk, antara lain:

a. Nama Produk/Merek

Nama produk atau merek harus ada, karena tanpa nama konsumen tidak akan mengerti produk apa itu. Nama produk atau merek juga harus dihafal dan mudah diingat oleh konsumen, namun yang bagus dan mudah diingat akan menjadi merek yang lebih dikenal di masyarakat luas, sehingga akan mempermudah tim penjualan produk tersebut.

b. Kategori Produk

Secara garis besar, produk dapat dibagi kedalam dua kategori besar, yaitu produk konsumsi (manufatkturedgoods). Adapun produk konsumsi adalah semua produk yang mengalami proses produksi dalam jumlah besar dan dijual di semua outlet dalam jangkauan yang luas. Adapun produk manufaktur adalah produk yang dibuat dengan tujuan khusus untuk pembuatan produk – produk konsumsi.

c. Formulasi

Formulasi akan sangat menentkan mutu dan kulitas dalam pembuatan produk, apapun kategori produk yang akan kita kembangkan. Formulasi merupakan semua bahan atau unsur yang digunakan untuk membuat dan menciptakan produk yang akan dijual.

d. Komposisi Produk

Produk membutuhkan komposisi dalam pembuatan, sehingga komposisi juga merupakan salah satu bagian penting dari produk.komposisi merupakan campuran dari bahan-bahan buku utama yang digunakan dalam pembuatan produk tersebut.

e. Pelabelan (*labeling*)

Label merupakan informasi tentang produk yang dijual, pelabelan bertujuan memberitahukan kepada konsumen tentang unsur-unsur yang ada dalam produk. Pelebelan produk tergantung pada kategori atau jenis produk yang dijual.

f. Varian

Varian produk merupakan jenis produk bermerek yang sama dengan ukuran, warna atau rasa produk yang berbeda. Adapun tujuan dari pembuatan varian ini adalah untuk memberikan banyak pilihan yang berbeda kepada konsumen dan memperluas jangkauan segmen pasar.

g. Kemasan

Kemasan merupakan unsur utama dari suatu produk. Tanpa kemasan produk akan mudah rusak dan tidak punya informasi untuk konsumen.

h. UniqueSellingPoint

Uniquesellingpointng atau USP merupakan keunikan keunikan dari produk yang kita tawarkan kepada konsumen agar produk tersebut mempunyai nilai lebih dari produk lain.

i. Manfaat produk

Manfaat produk yang kita buat merupakan suatu tawaran yang diberikan produsen ke konsumen.Semua produk pasti bermanfaat bagi konsumen, tetapi tidak semua produk memberikan informasi tersebut secara jelas.

j. Pelayanan Konsumen

Pelayanan Konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagusnya kualitas dan mutu tersebut dimata target konsumen.

3. Harga (pricing)

Menurut Tjiptono (2008:`152), pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu:

a. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekoomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu meilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi.

b. Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menentapkan harganya bedasarkan tujuan yang berorientasi pada

volume tertentu atau biasa dikenal dengan istilah *volume princingobjectives*.

c. Tujuan berorientasi pada citra

d. Citra (*image*)

Suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menentapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius.

Menurut Titik Wijayanti (2017:72) menyatakan bahwa harga pasar suatu produk dan jasa sangat peka. Kepekaan ini dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain :

a. Keunikan yang dimiliki setiap produk atau jasa . hal ini tentu akan membedakan produk satu dengan produk lainnya. Pembedaan produk, antara lain nama merek, desain, dan jenis kemasan, dan sebagainya

b. Ketiadaan pengganti atau produk terkait, hanya satu- satunya dikategorikan.

c. Sifat ekslusif suatu produk. jika suatu produk dianggap eksklusif, kecenderungan adalah konsumen akan rela membayar berapa pun.

d. Umur kelayakan produk. Konsumen atau pembeli tidak bisa menyimpan produk yang dibutuhkan dalam waktu lama.

e. Kegunaan produk bagi konsumen, jika konsumen menggangap produk itu sebagai bagian asetnya, maka baginya harga produk itu sebagai bagian asetnya, maka baginya harga produk itu tidak menjadi halangan untuk membelinya.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Prabayar Telkomsel (Studi kasus mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman) yang di lakukan oleh Isnawaty Abdilah (2015). Jenis penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling*, yang mana mahasiswa Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi, Administrasi S1 Universitas Mulawarman yang kebetulan di jumpai oleh peneliti dan mahasiswa yang menjadi responden tersebut adalah pengguna atau pelanggan kartu seluler prabayar telkomsel. Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 96,04 dan dibulatkan menjadi 100 responden.Tehnik pengumpulan data yang di gunakan adalah studi kepustakaan dan kuisioner, sedangkan tehnik analisa data menggunakan model regresi linear berganda.Hasil penelitian ini menunjukan secara silmutan Produk (X1), Harga (X2), sanggat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Penelitian sebelumnya berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Produk operator seluler IM3 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom Universit**)** yang dilakukan oleh Ade susilo dan Renni renganis (2014). Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah jenis deskriptif dan kausal. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.Analisis data digunakan analisis dekriptif dan analisis regresi berganda dengan pengujian hipotesis menggunakan uji F dan uji t. Hasil penelitian

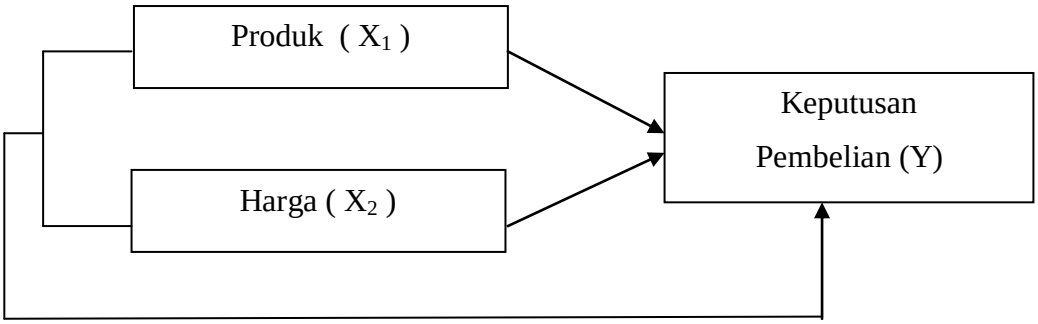
menunjukkan bahwabauran pemasaran jasa yang dilakukan operator seluler IM3 berpengaruh secara signifikan secara simultanterhadap proses keputusan penggunaan dan memiliki koefisien determinasi sebesar 54.3%. Secara parsial, terdapat tiga variabel bebas yang berpengaruh signifikan, yaitu Produk, Harga, dan Promosi. Sedangkan variabel Tempat, Orang, Proses dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan. Dan untuk variabel yang yang dominan dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian adalah variabel produk. Dari hasil penelitian dapatdiberikan saran kepada operator seluler IM3 agar dapat memaksimalkan dan mempertahankan variabel Produk, Harga dan promosi untuk dapat meningkatkan pengaruhnya terhadap proses keputusan pembelian yangdilakukan konsumen. Sedangkan untuk variabel lainnya yang tidak berpengaruh secara signifikan, harus tetapditingkatkan agar dapat memaksimalkan pengaruh bauran pemasaran secara simultan.

Penelitian sebelumnya berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan membeli kartu perdana produk telkomsel di Samarinda yang di lakukan oleh Sugiyanti (2013). Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode survei. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *non probability* sampling yang digunakan adalah *probability sampling*. Jenis *non probability* sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode pengumpalan data menggunakan menggunakankuisioner. Tehnik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Dari hasil koefesien regresi kartu perdana produk

telkomsel y = 0,168 +0,194 X_1+0,311X_2 +0,028 X_3+ 0,173 X_4. Nilai R yang diperoleh sebesar 0,607 dan nilai R square sebesar 0,369 atau 36,9%.Pengujian hipotesis secara keseluruhan uji F kartu perdana produk telkomsel dengan tingkat kepercayaan 95% dari tabel anova dengan F_{hitung} sebesar 7,061 >F_{tabel} 2,46 nilai signifikansi < 0,05 sehingga membuktikan hipotesis berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan membeli secara bersama-sama diterima H_0 di tolak dan $H_a$diterima.Hasil pengujian dengan uji t diketahui bahwa variabel harga merupakan variabel yang paling signifikan pengaruhnya terhadap keputusan membeli kartu perdana produk Telkomsel di Samarinda.

C. Kerangka Pemikiran

Gambar II.2
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Ada pengaruh produk, dan harga, secara bersama-sama dan secara parsial terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkomsel Di Desa Pampangan Kecamatan Pampangan Kabupaten Ogan Komering Ilir.

DAFTAR PUSTAKA

Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2001). Service Quality Can Often Make The Difference Between a Business's Success and Failure. But What Causes Problems, and What Can Business Do To Eliminate Them? The Answers Are Here. *Journal of Marketing*, 35-43

Danang Sunyoto. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran.* Yogyakarta : CAPS.

Fandy, Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran.* Edisi ketiga Penerbit Andy Yogyakarta

Hasan, Karim dkk. 2014. *Bauran Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: ALFABETHA

Kotler, Amstrong 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran,*. Jakarta : Penerbit Erlangga

Kotler, Philip. 2002. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (edisi 2).* Jakarta. Penerbit : Erlangga.

Kotler, Keller. 2009. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Jilid 1, Edisi13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13, Jilid 2. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller.2008. *Manajemen Pemasaran edisi 1*2 jilid 2, cetakan II, PT Indexs

Lupiyoadi, Rambat A Hamdani 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua* Jakarta Penerbit PT Salemba Empat Pateria

Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2013. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik,* Ed ke-2, Cet.2. Jakarta: PT Bumi Aksara

M. Iqbal Hasan. 2014. *Statistik 2*. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Sugiyono,(2009). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono 2014. *Metedologi Penelitian Bisnis*. Cetakan ke 13 Bandung CV Alfabeta

Sujarweni, Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D)*.Penerbit Alfabeta. Bandung

Titik Wijayanti,2017, *Marketing Plan Dalam Bisnis*.Penerbit PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.Jakarta

Umar Huesein. 2011. *Strategi Pemasaran (Edisi kelima)*. Jakarta. Penerbit: Erlangga

JURNAL

Isnawaty Abdilah, (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler Prabayar Telkomsel (Studi kasus mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik prodi Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman). Vol 3 No 4.

Ade Susilo dan Renni rengganis (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk operator seluler IM3 (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom Universit) Vol 1 No 3.

Sugiyanti (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan membeli kartu perdana produk telkomsel di Samarinda Vol 1 No 1