

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KARTU SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama :Muhammad Rafli Novreza**

**Nim: 212018298**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2022**

**PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KARTU SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**SKRIPSI**

**Nama :Muhammad Rafli Novreza**

**Nim: 212018298**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rafli Novreza  
Nim : 212018298  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skirpsi : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian kartu smartfren di kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana strata 1 baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulisan ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, Februari 2022



Muhammad Rafli Novreza  
212018298

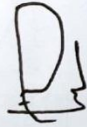
**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan  
Pembelian kartu smartfren di kota Palembang.  
Nama : Muhammad Rafli Novreza  
Nim : 212018298  
Fakultas : Ekonomi & Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan

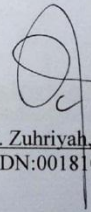
Pada tanggal, Februari 2022

Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., MM  
NIDN:02070446301

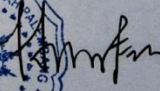
Pembimbing II,



Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si  
NIDN:0018105606

Mengetahui,  
Dekan  
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



  
Dr. Zaleha Frihandayani, S.E., M.Si  
NIDN:0229057501

## PERSEMBAHAN DAN MOTTO

*Kupersembahkan Skripsi ini kepada :*

- *Ayahku (M.suhairi(alm) ) dan Ibuku (Sri hartini )*
- *Kakak ku (Ahmad Romadhon Shaputra), dan adikku (Novi Tri Astuti )*  
*tersayang*
- *Keluarga Besarku Yang Selalu Memberikan Dukungan*
- *Sahabat-sahabat seperjuangan M.Aditya syahbani, Dendi Pranata dan Faguma*
- *Almamater Kebanggaan Ku*
- *Dosen Pembimbing Skripsi Ku*

### **MOTTO**

*“Jadilah orang yang sukses dan mulia ”(Penulis)*

*“Tuhanku, sesungguhnya engkau telah menganugerahkan kepadaku sebagian kekuasaan dan telah mengajarkan kepadaku sebagian takwil mimpi. (Wahai tuhanku) pencipta langit dan bumi, engkaulah pelindungku didunia dan diakhirat, wafatkanlah aku dalam keadaan muslim dan gabungkanlah aku dengan orang yang shaleh” (Q.S Yusuf 12:101)*

## PRAKARTA

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalumemberikannikmat serta hidayah-Nya,sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian kartu smartfren di kota Palembang.Skripsi tersebut merupakan salah satu untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi danBisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.Tidak terlupakan sholawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari alam kegelapan ke alam terang-menerang seperti yang kita rasakan saat ini.Penulisan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan sukungan banyak pihak, untuk itu mengucapkan terima kasih kepada Ayah ku (M.Suhairi) dan Ibu ku (Sri Hartini) yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis. Selain itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yuda Mahrom S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Siselaku Ketua ProdiManajemendanBapak Mister Candera, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Pembimbing Skripsi ibu DR.Diah Isnaini Asiati S.E,M.M dan ibu Zuhriya S.E,M.M
5. Penelaah seminar proposal ibu anggreany hustia,S.E,M.M dan ibu dinarossi utami,S.E,M.M
6. Responden pengguna kartu smartfren yang telah bersedia untuk dijadikan sampel penelitian
7. Bapak dan Ibu Dosen, teman seperjuangan CM18, serta semua pihak yang telahmembantu terselesainya skripsi ini .

Demikianlah skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Palembang,.....2022

Penulis

Muhammad Rafli Novreza

NIM: 212018298

## Daftar isi

|   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| <b>SKRIPSI .....</b>  | <b>i</b>                            |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>                                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>                                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| <b>PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....</b>                                     | <b>iv</b>                           |
| <b>PRAKARTA.....</b>  | <b>vi</b>                           |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>viii</b>                         |
| <b>Daftar isi .....</b>   | <b>ix</b>                           |
| <b>BAB IPENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>                            |
| A. Latar Belakang Masalah .....                                       | 1                                   |
| B. Rumusan Masalah.....   | 4                                   |
| C. Tujuan Penelitian .....  | 5                                   |
| D. Manfaat Penelitian.....  | 6                                   |
| <b>BAB II KAJIIN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b> | <b>7</b>                            |
| A. Kajian Pustaka.....  | 7                                   |
| 1. Landasan Teori.....  | 7                                   |
| 2. Penelitian Sebelumnya .....  | 19                                  |
| B. Kerangka Pemikiran .....   | 23                                  |
| C. Hipotesis .....  | 24                                  |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                                | <b>25</b>                           |
| A. Jenis Penelitian .....   | 25                                  |
| B. Lokasi Penelitian .....  | 26                                  |
| C. Oprasionalisasi Variabel.....                                      | 27                                  |
| D. Populasi dan Sampel.....   | 28                                  |
| 1. Popuulasi (N).....   | 28                                  |
| 2.Sampel (n) .....  | 28                                  |
| E. Data yang Diperlukan.....  | 30                                  |
| F. Metode Pengumpulan Data .....                                      | 31                                  |
| G. Analisis data.....   | 32                                  |
| <b>BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                     | <b>40</b>                           |
| <b>BAB IV .....</b>   | <b>41</b>                           |



|   |           |
|---|-----------|
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>                      | <b>41</b> |
| A. Hasil Penelitian.....  | 41        |
| 1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....                           | 41        |
| 2. Hasil Uji Instrumen.....                                       | 42        |
| 3. Gambaran Umum Distribusi Responden .....                       | 45        |
| 4. Gambaran Umum Frekuensi Jawaban Responden .....                | 49        |
| 5. Proses Pengujian .....   | 59        |
| B. Pembahasan .....   | 65        |
| 1. Pengaruh Marketing Mix (4P) terhadap Keputusan Pembelian ..... | 65        |
| 2. Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian.....              | 66        |
| 3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....               | 68        |
| 4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....            | 69        |
| 5. Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian .....         | 71        |
| <b>BAB V .....</b>  | <b>73</b> |
| <b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                    | <b>73</b> |
| A. Simpulan .....   | 73        |
| B. Saran .....  | 74        |
| H. Jadwal Penelitian .....  | 77        |
| I. Sistematika Penulisan .....                                    | 78        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>  | <b>75</b> |
| <b>Lampiran .....</b>   | <b>80</b> |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran adalah aktifitas kompleks dalam usaha untuk menyampaikan informasi produk atau layanan jasa, penawaran dan negosiasi, penyaluran produk kepada konsumen, yang di lakukan oleh suatu institusi atau badan usaha secara sistematis dan terencana. Pemasaran selalu menjadi ujung tombak institusi atau sebuah badan usaha baik yang berskala besar maupun yang bersekala kecil untuk berhasil dalam kegiatan usahanya. Semakin cepat dalam proses pemasaran, maka usaha yang di lakukan oleh badan usaha tersebut akan semakin lancar.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan yang sangat berkaitan terhadap penjual dengan konsumen yang berproses pada pembelian, pencarian, penelitian suatu produk melalui komposisinya, dan pengevaluasian produk cocok atau tidak. Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi perilaku konsumen ialah bauran pemasaran.

Bauran pemasaran merupakan faktor yang mempegaruhi perilaku konsumen. Salah satu konsep dari bauran pemasaran ialah produk. Apabila produk dikemas dengan baik maka akan menimbulkan daya tarik orang sehingga terdorong untuk membeli. Demikian juga sebaliknya. Selain itu , harga,tempat dan promosi juga termasuk di dalam konsep bauran pemasaran yang dapat

mempengaruhi perilaku konsumen. Harga yang sesuai, penempatan yang baik, dan promosi yang tepat sasaran akan membuat konsumen tertarik pada suatu produk .

PT.Smartfren Telecom Tbk yang merupakan salah satu operator penyedia jasa telekomunikasi yang memiliki lisensi selular dan mobilitas terbatas (*fixed wireless access*) berbasis teknologi CDMA yang ada di Indonesia . Produk perusahaan ini di beri nama smartfreen . Operator ini memiliki cakupan jaringan mobile broadband yang setara dengan 3G yakni CDMA EV-DO. Jaringan ini merupakan jaringan terluas di Indonesia. Selain itu, Smartfren juga merupakan operator telekomunikasi yang menyediakan layanan CDMA EVRO Rev. B yang pertama di dunia. Layanan tersebut merupakan layanan yang setara dengan 3,5G dengan kecepatan unduh hingga 14,7 Mbps. Tak hanya itu, Smartfren merupakan operator CDMA pertama yang menyediakan layanan Blackberry.

Didalam menghadapi persaingan yang terjadi pada industri telekomunikasi seluler, masing-masing merek mencoba menciptakan keunggulan atau karakteristik tertentu serta terus berinovasi untuk memenangkan persaingan ini. PT.Smartfren Telecom,Tbk melalui smartfreen nya dituntut bekerja lebih keras untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan pelanggan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari kominfo pada 30 April 2020, jumlah pelanggan Telkomsel 150 juta, XL Axiata 45 juta pelanggan, Indosat Ooredoo 34 juta pelanggan, Tri Indonesia 17 juta dan Smartfren 7 juta.

**Tabel 1.1**

Alasan konsumen tidak suka menggunakan simcard Smartfren

| No | Pernyataan   | Setuju | Tidak setuju |
|----|--|--------|--------------|
| 1  | Jaringan kurang mendukung di beberapa daerah             | 16     | 14           |
| 2  | Harganya yang mahal                                      | 17     | 13           |
| 3  | Promo yang kurang menarik                                | 18     | 12           |
| 4  | Paket kuota internet unlimeted dibatasi 1Gb per hari     | 20     | 10           |
| 5  | Paket smartfreen tidak bisa di pakai di modem (MiFi)     | 16     | 14           |
| 6  | Pemakain paket unlimeted belum genap sebulan sudah habis | 22     | 8            |
| 7  | Jarang ada bonus untuk sms dan telpon                    | 15     | 15           |
| 8  | Jarang ada vocer isi ulang pulsa                         | 14     | 16           |

---

Sumber : wawancara prariset , 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa terjadi masalah pada kartu smartfren. Permasalahan ini timbul disebabkan oleh banyaknya kekurangan dari kartu smartfen, mulai dari produk,harga,hingga promosi.

Dari pernyataan jaringan kurang mendukung, kuota dibatasi 1 gigabite per hari ,paket tidak dapat digunakan di modem(MiFi) , serta belum genap sebulan

paket unlimited sudah habis menggambarkan variabel produk. Semakin baik kualitas suatu produk maka akan semakin banyak peminatnya, dan sebaliknya.

Pernyataan promo yang kurang menarik, jarang ada bonus nelson dan jarang ada voucher isi ulang pulsa merupakan gambaran dari variabel promosi. Apabila suatu promosi yang dikemas secara menarik dengan konsep yang memunculkan kesan unik dan sasaran promosi yang tepat juga, maka akan menimbulkan kesan yang baik bagi konsumen terhadap produk tersebut.

Pernyataan harga yang mahal merupakan indikator variabel harga. Mahal atau murahnya harga memang bersifat relative, tetapi secara umum penentuan harga yang lebih diterima / disukai konsumen merupakan harga yang lebih tepat.

Selain produk, harga, dan promosi. Saluran distribusi juga dapat menjadi masalah terhadap keputusan pembelian, karena jika konsumen tidak banyak yang suka dengan produk smartfren, maka saluran distribusi tidak terlalu banyak.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap kartu smartfren dengan judul pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang?

2. Adakah pengaruh produk, terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang?
4. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang?
5. Adakah pengaruhsalurandistribusi terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan perumusan masalah penelitian di atas , maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh marketing mix terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.
3. Untuk mengetahui harga terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian kartu smartfren di kota Palembang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis, diharapkan akan memperoleh pengetahuan dan informasi yang berharga mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian kartu smartfreen di Kota Palembang serta studi perbandingan antara teori ilmu dan kenyataan yang terjadi dilapangan atau dipasar.
2. Bagi Universitas Muhammadiyah Palembang , diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai data tambahan dan dokumentasi guna melengkapi sarana yang diperlukan dalam penyediaan bahan studi bagi pihak-pihak yang berkepentingan.
3. Bagi PT. Smartfren telkom. Tbk, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan, khususnya mengenai marketing mix dan keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina.(2011).*Manajemen Pemasaran*.Padang:UB Press.
- Akbar,Rizky.(2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kartu Perdana Smartfren di Kecamatan Seberang Ulu I Palembang. Palembang.(Diakses 13 Januari 2022).
- Arifin.(2011).*Metode Pelatihan Karyawan*.Bandung:Universitas Komputer Indonesia.
- Bowesox dan cooper.(1992).Strategic marketing management.Malang: UMM.
- Diah Isnaini Asiati .(2020). Pengaruh Produk, Promosi,Budaya,dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Konsumsi Mie Instan di Palembang.*Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Diakses 20 April 2021, 6510-20335-1-PB.Pdf.
- Firli,teuku.(2020).*Manajemen pemasaran*Bandung:Media Sains Indonesia
- Fure.(2013).*pemasaran retail*.Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama
- Jumiarty,dkk. (2021). Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Diakses 28 Oktober 2021. Vol. 10, No. 12021 : 148-154.
- Kotler,philip dan keller.(2016).*Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Kotler,philip dan Gary Amstrong.(2012).*prinsip-prinsip pemasaran*.Jakarta:Erlangga.
- Kotler,philip dan keller.(2012). *Manajemen Pemasaran perspektif asia*. Yogyakarta:Andy.



- Lameshow.(2007).*Besar sampel dalam penelitian kesehatan*.Yogyakarta:Universitas Gajah mada.
- Mangkunegara.(2015).*Sumber daya manusia perusahaan*.Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nazir,moh.(2016).*Metode penelitian*.Banjar masin:Ghalia Indonesia.
- Rahayu,budi.(2017).*Manajemen Pemasaran marekting mix*.Denpasar:unversitas udayana.
- Sugiyono.(2013).*Metode Penelitian Manajemen*.Jakarta:Alfabeta.
- Sugiyono.(2018).*Metode Penelitian Manajemen*.Padang:Alfabeta
- Tjiptono,Fandy.(2015).*Strategi Pemasaran*.Yogyakarta:Andi Offset.
- Tjiptono,Fandy.(2014).*Pemasaran Jasa*.Yogyakarta:Andi Offset.
- Lupiyoadi.(2014).*Pemaasaran jasa*.Malang:Universitas Muhammadiyah Malang
- Sekaran,uma dan bougie.(2013). *Methodh for business*.Jakarta Barat:Jhon wiley dan sons
- Suparyanto dan Rosad.(2015).*Manajemen Pemasaran*.Bandung.Remaja rosdakarya .
- Yunita.Bella dan Tandiyo Pradekso.(2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren Super 4G *Unlimite*.Semarang. (Diakses 28 Oktober 2021).