

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN INDIHOME DI KECAMATAN KAYUAGUNG
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

SKRIPSI



Nama : Muhammad Firly

Nim : 212020168

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN INDIHOME DI KECAMATAN KAYUAGUNG
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Muhammad Firly

Nim : 212020168

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Firly

NIM : 212020168

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi: Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

Dengan ini menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat 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 di perguruan tinggi ini.

Palembang, Mei 2024


Muhammad Firly

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung
Kabupaten Ogan Komering Ilir
Nama : Muhammad Firly
Nim : 212020168
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Mei 2024

Pembimbing I,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.
NIDN : 207046301

Pembimbing II,



Nadia Afrilliana, S.E., M.Si.
NIDN : 0219048501

Mengetahui
Dekan

U.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zafcha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Allah tidak membebani seorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya." (QS. Al-Baqarah : 286)

"Kalau tidak bisa bersaing dengan orang sholeh dalam memperbanyak amal, maka bersainglah dengan para pendosa dalam memperbaiki diri."
(Ustadz Adi Hidayat)

"Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan berjalan selalu lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti akan bisa kau ceritakan." (X. Boy Candra)

Alhamdulillah Ya Allah, Dengan izin & Rahmat-Mu Skripsi ini ku Persembahkan kepada:

- ❖ Untuk kedua orang tua ku tersayang Bapak (Johan Aini) dan Ibu (Saijumani)
- ❖ Saudaraku Kakak (Donny Kharisman) dan Adik (Alya Tannisa)
- ❖ Pembimbing skripsi Ibu (Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M) dan Ibu (Nadia Afrilliana, S.E., M.Si)
- ❖ Sahabat dan teman teman seperjuanganku
- ❖ Almamater kebanggaanku

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah, dengan puji syukur penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT atas Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Banyak provoder yang beroperasi di Indonesia salah satu diantaranya adalah Indihome. Akan tetapi banyak keluhan pelanggan khususnya yang berhubungan dengan bauran pemasaran jasa terhadap Keputusan pembelian indihome. Penelitian ini berusaha mengkaji unsur-unsur apa dari pemasaran jasa Indihome yang dinilai bermasalah sehingga dapat dilakukan perbaikan guna memperbaiki Keputusan pembelian konsumen terhadap Indihome.

Proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat, akan tetapi pada akhirnya dapat penulis selesaikan dengan bantuan banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak (Johan Aini) dan Ibu (Saijumani) yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Dr. Yudha Mahrom, DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Wani Fitriah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M dan Ibu Nadia Afrilliana, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Dr. Choiriyah, S.E., M.Si dan Bapak Amrah Muslimin, S.E., M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal.
7. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
8. Terima kasih kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner untuk bahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terima kasih kepada Rizka Aprilia yang sudah memberikan dukungan.
10. Teman-teman Angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan dan doa.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Mei 2024
Penulis,

Muhammad Firly
NIM : 212020168

DAFTAR ISI

Halaman Cover	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat	Error! Bookmark not defined.
Tanda Pengesahan Skripsi	Error! Bookmark not defined.
Moto Dan Persembahan	v
Prakata	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Sebelumnya	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Jenis Penelitian.....	33

B. Lokasi Penelitian.....	34
C. Operasionalisasi Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	36
E. Data yang Diperlukan.....	38
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Daftar Top Brand Index (TBI) pada 2018-2022	5
Tabel I. 2 Alasan Konsumen tidak memilih indihome Variabel Produk	6
Tabel I. 3 Variabel Harga.....	6
Tabel I. 4 Variabel Distribusi.....	7
Tabel I. 5 Variabel Proses	8
Tabel I. 6 Variabel People	9
Tabel III. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel IV. 1 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian ..Error! Bookmark not defined.	
Tabel IV. 2 Hasil Uji Validitas Produk.....Error! Bookmark not defined.	
Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Harga.....Error! Bookmark not defined.	
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Distribusi	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Proses.....	54
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Orang.....	55
Tabel IV. 7 Uji Reliabilitas.....	56
Tabel IV. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel IV. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV. 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel IV. 12 Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel IV. 13 Variabel Produk	61
Tabel IV. 14 Variabel Harga	62
Tabel IV. 15 Variabel Distribusi	64
Tabel IV. 16 Variabel Proses	65
Tabel IV. 17 Variabel Orang.....	67
Tabel IV. 18 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
Tabel IV. 19 Hasil Uji F (Simultan).....Error! Bookmark not defined.	
Tabel IV. 20 Hasil Uji t (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
Tabel IV. 21 Hasil Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Tabulasi

Lampiran 4 Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji F, Uji t, Uji R, dan Koefisien Determinasi

Lampiran 7 Tabel R

Lampiran 8 Tabel F

Lampiran 9 Tabel t

ABSTRAK

Muhammad Firly/212020168/2024/Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa (produk, harga, distribusi, proses, dan orang) terhadap Keputusan pembelian indihome di kecamatan kayuagung kabupaten ogan komering ilir. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif. Variabel yang digunakan adalah produk, harga, distribusi, proses, orang dan keputusan pembelian. Sampel yang digunakan sebanyak 70 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner. Teknik analisisnya menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis membuktikan [1] ada pengaruh signifikan bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian indihome. [2] ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan pembelian indihome. [3] tidak ada pengaruh tidak signifikan harga terhadap pembelian indihome. [4] ada pengaruh signifikan distribusi terhadap keputusan pembelian indihome. [5] tidak ada pengaruh tidak signifikan proses terhadap keputusan pembelian indihome. [6] ada pengaruh tidak signifikan orang terhadap keputusan pembelian indihome. Hasil Koesfisien Determinasi menunjukkan bahwa Produk, Harga, Distribusi, Proses, People mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian, dengan besarnya pengaruh 87,4%, sisanya 12,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Produk, Harga, Distribusi, Proses, Orang dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Firly/212020168/2024/The Influence of Services Marketing Mix on Indihome Purchasing Decisions in Kayuagung District, Ogan Komering Ilir Regency.

This research aims to determine the influence of the service marketing mix (product, price, distribution, process and people) on purchasing decisions for Indihome in Kayuagung sub-district, Ogan Komering Ilir district. This type of research uses associative research. The variables used are product, price, distribution, process, people and purchasing decisions. The sample used was 70 respondents using purposive sampling. The data used is primary data. Data collection techniques by distributing questionnaires. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of the analysis prove [1] that there is a significant influence of the service marketing mix on indihome purchasing decisions. [2] there is a significant influence of products on indihome purchasing decisions. [3] there is no significant effect of price on indihome purchases. [4] there is a significant influence of distribution on indihome purchasing decisions. [5] there is no insignificant influence on the indihome purchaseing decision process. [6] there is no significant influence of people on indihome purchasing decisions. The results of the Coefficient of Determination show that Product, Price, Distribution, Process, People are able to contribute to purchasing decisions, with an influence of 87.4%, the remaining 12.6% is influenced by other factors.

Keywords: Product, Price, Distribution, Process, People and Purchasing Decisions

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah kegiatan memasarkan barang tidak berarti hanya menawarkan barang atau menjual tetapi lebih dari itu. Yang dimana terdapat kegiatan membeli, menjual dengan segala macam cara yang menyangkut barang, menyimpan dan mensortir. Pemasaran merupakan faktor penting pada siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono dan Diana (2020:3), pemasaran merupakan proses menciptakan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang, jasa dan gagasan untuk memfasilitai relasi pertukaraan yang memuaskan dengan para pelanggan dan untuk membangun dan mempertahankan relasi yang positif kepada para pemangku kepentingan dalam lingkungan yang dinamis.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan akan mempengaruhi perilaku konsumen. Menurut Hapsawati (2017:7), mengemukakan bahwa Perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2017:166) perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya.

Keputusan Pembelian menurut Buchari Alma (2013:96) adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi physical evidence, people, dan process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengelolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan di beli.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Keputusan pembelian adalah produk. Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar di perhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk bisa berupa benda fisik, jasa, tempat, organisasi, dan gagasan/ide (Kotler dalam Sunyoto, 2019:69).

Selanjutnya harga juga dapat berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Harga juga berperan penting dalam pemasaran. Harga yang terlalu mahal tidak dapat dijangkau oleh pasar sasaran, yang pada akhirnya membuat penjualan tersendat. Sebaiknya harga yang terlalu murah membuat perusahaan sulit menutup biaya atau mendapatkan laba. Harga murah kadangkala dipersepsikan berkualitas buruk. Oleh karena itu pemasaran harus cermat dalam menetapkan harga. Menurut

Kotler dalam buku Sunyoto (2019:131) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu.

Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan adalah distribusi. Menurut Kotler dan Armstrong (2019:63) tempat atau saluran distribusi yaitu “kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia untuk dikonsumsi oleh konsumen. Keputusan saluran perusahaan secara langsung akan mempengaruhi semua keputusan pemasaran lain”. Penetapan harga bergantung pada apakah perusahaan bekerja sama dengan pihak lain atau menjual secara langsung melalui situs web.

Proses memiliki peranan penting dalam bauran pemasaran jasa, Menurut Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015:65) Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan dimana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan-persoalan keleluasaan karyawan. Manajemen proses merupakan aspek kunci penyempurnaan kualitas jasa.

Orang juga termasuk ke dalam bauran pemasaran jasa. Menurut Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015:65) Orang (*People*). Orang-orang merupakan unsur penting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang-orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambahan dan memperoleh keunggulan kompetitif.

Perkembangan teknologi informasi yang pada awalnya melalui media surat menyurat, berkembang melalui media telepon koin ataupun telepon rumah, dan menggunakan telepon bergerak tanpa kabel yang lebih dikenal dengan handphone. Sejalan dengan perkembangan informasi dan komunikasi, saat ini pemenuhan kebutuhan tersebut dapat diperoleh melalui media yang lebih modern yaitu dengan memanfaatkan perkembangan teknologi internet. *Interconnected Network* atau lebih akrab disebut internet merupakan salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menawarkan sisi kecanggihan, kepraktisan, dan kemudahan.

Tingginya pertumbuhan pengguna dan tingkat penetrasi internet di Indonesia menyebabkan semakin tingginya persaingan antar perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan internet (Budhiman et al., 2021). Namun, peningkatan internet di Indonesia ternyata tidak disertai dengan peningkatan loyalitas pelanggan salah satu provider penyedia jasa layanan internet di Indonesia, yaitu Indihome. Indihome atau Indonesia Digital Home merupakan salah satu produk layanan dari PT. Telkom Indonesia yang diluncurkan sejak tahun 2015. Indihome menggunakan jaringan fiber optik dalam memberikan layanan internet dan saat ini telah menjangkau hampir seluruh kota-kota di Indonesia. Akan tetapi, berdasarkan Top Brand Indeks, Indihome mengalami penurunan top brand indeks (TBI) Indihome selama lima tahun terakhir sebagaimana pada Tabel 1.1

Tabel I. 1
Daftar Top Brand Index (TBI) pada 2018-2022

Merek	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022
Indihome	42,10%	39,80%	39,80%	34,60%	33,80%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>, 2022

Pada Tabel 1.1 terlihat bahwa telah terjadi penurunan indeks sebesar 8,3% dari tahun 2018 hingga 2022. Adapun riset top brand indeks (TBI) ini berdasarkan mind share, market share, dan commitment share. Ketika nilai TBI menurun maka menunjukkan penurunan pada commitment share, artinya terjadi penurunan jumlah orang yang berlangganan produk Indihome. Oleh karena itu, penurunan nilai TBI ini mengindikasikan adanya penurunan loyalitas pada pengguna Indihome di Indonesia.

Penulis mencoba melakukan pra riset berdasarkan review di website untuk mengetahui kenapa tidak menyukai Wifi Indihome hasilnya sebagai berikut :

Tabel I. 2
Alasan Konsumen tidak memilih indihome
Variabel Produk

No	Variabel	Hasil Review	Sumber
1	Produk	Fitur blokir situs / website terkadang tidak berfungsi.	https://itwae.blogspot.com/2018/05/kelebihan-kekurangan-modem-indihome.html
2	Produk	Ada beberapa fitur / menu bawaan modem (default) yang tidak berfungsi / tidak muncul	

Tabel I. 3
Variabel Harga

No	Variabel	Hasil Review	Sumber
1	Harga	Harga Sedikit Lebih Mahal. Silahkan bandingkan sendiri dengan paket internet MNC, paket internet Biznet	https://portal-uang.com/indihome/kelebihan-dan-kekurangan/
2	Harga	Harganya Relatif lebih mahal dari kebanyakan Provider lainnya.	https://teknologi.com/kelebihan-dan-kekurangan-internet-telkom-indihome/
3	Harga	Masih ada beberapa orang yang menganggap bahwa harga provider ini cukup mahal dibandingkan dengan provider yang lainnya.	https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-indihome/
4	Harga	Harga paket relatif mahal Salah satu kekurangan paket internet IndiHome adalah harga yang relatif lebih mahal dibandingkan layanan internet serupa dari provider lain. Hal ini mungkin menjadi pertimbangan bagi pengguna yang memiliki anggaran terbatas.	https://teknologi.id/technology/review-lengkap-kelebihan-dan-kekurangan-paket-internet-indihome
5	Harga	Harga yang Lebih Mahal Paket ini lebih mahal daripada paket internet reguler IndiHome. Harga yang lebih mahal ini disebabkan oleh kecepatan internet yang lebih tinggi dan kuota yang lebih besar yang ditawarkan oleh paket ini.	https://carainternet.id/fup-paket-gamer-indihome/
6	Harga	Denda Berhenti Langganan Kekurangan Indihome selanjutnya adalah denda yang dibebankan ke pelanggan ketika berhenti langganan. Meskipun sudah tak memakai jaringan Indihome, pengguna diwajibkan membayar biaya sesuai peraturan provider.	https://id.quora.com/Apa-pengalamanmu-menggunakan-Internet-Indihome
7	Harga	Harganya bisa naik drastis, tanpa pemberitahuan.	https://www.kaskus.co.id/thread/56b46259a2c06eb96e8b4568/jangan-pasang-indihome
8.	Harga	Jika ingin putus, telepon rumah juga diputus.	

Tabel I. 4
Variabel Distribusi

No	Variabel	Hasil Review	Sumber
1	Distribusi	Hanya Bisa Digunakan di Satu Tempat.	https://portal-uang.com/indihome/kelebihan-dan-kekurangan/
2	Distribusi	Karena Indihome adalah internet rumahan. Tentu penggunaannya hanya untuk di sekitar rumah. Tidak bisa dibawa untuk bepergian.	https://teknologi.com/kelebihan-dan-kekurangan-internet-telkom-indihome/
3	Distribusi	Tidak Portable Karena Indihome merupakan sebuah provider rumahan maka ini tidak bisa dibawa kemana-mana. Para penggunanya hanya bisa mengakses internet saat berada di rumah maupun di lingkungan sekitar.	https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-indihome/
4	Distribusi	Keterbatasan Wilayah Cakupan Kelemahan lain dari paket internet IndiHome adalah keterbatasan wilayah cakupan. Meski terus berusaha untuk menjangkau wilayah yang lebih luas, masih banyak daerah yang belum dapat menikmati layanan IndiHome. Hal ini tentu menjadi kekurangan bagi mereka yang berada di luar wilayah layanan.	https://teknologi.id/technology/review-lengkap-kelebihan-dan-kekurangan-paket-internet-indihome
5	Distribusi	Tidak Tersedia di Semua Daerah FUP paket gamer IndiHome 2023 belum tersedia di semua daerah di Indonesia. Ini bisa menjadi kendala bagi para gamer yang tinggal di daerah yang belum diliputi oleh jaringan IndiHome.	https://carainternet.id/fup-paket-gamer-indihome/

Tabel I. 5
Variabel Proses

No	Variabel	Hasil Review	Sumber
1	Proses	Kecepatan uploadnya jauh lebih rendah dari kecepatan downloadnya (tidak sama).	https://teknologi.com/kelebihan-dan-kekurangan-internet-telkom-indihome/
2	Proses	Apabila pengguna sudah melebihi FUP (misalnya menghabiskan data lebih dari 700 GB), maka kecepatan internet akan diturunkan. Setiap paket internet akan memiliki FUP yang berbeda-beda.	
3	Proses	Jika hujan dan banyak petir, kamu harus mematikan modem jika tidak ingin rusak karna tersambar petir.	
4	Proses	Rawan Terhadap Perubahan Cuaca Jaringan Indihome terkadang sering mengalami masalah jika sedang cuaca tidak baik.	https://masdzikry.com/kelebihan-dan-kekurangan-indihome/
5	Proses	FUP (<i>Fair Usage Policy</i>) IndiHome menerapkan kebijakan FUP (Fair Usage Policy) yang membatasi penggunaan kuota internet.	https://teknologi.id/technology/review-lengkap-kelebihan-dan-kekurangan-paket-internet-indihome
6	Proses	Kualitas Layanan Tidak Konsisten Meskipun IndiHome dikenal memiliki koneksi yang stabil. Beberapa pengguna melaporkan adanya gangguan serta penurunan kecepatan internet yang signifikan pada waktu tertentu.	
7	Proses	Terdapat Ketentuan FUP Apa itu FUP IndiHome? FUP atau <i>fair usage policy</i> merupakan ketentuan yang ditetapkan IndiHome, yang mana bila pemakaian internet sudah mencapai batas tertentu, maka kecepatan akan diturunkan	https://101internet.id/blogs/news/indihome-kelebihan-dan-kekurangan
8	Proses	Jaringan Sering Terdampak Saat Cuaca Buruk Saat cuaca sedang buruk, misalkan terjadi hujan disertai petir, koneksi IndiHome terkadang akan terpengaruh.	
9	Proses	Layanan Pengaduan Kurang Maksimal Saat terjadi masalah maupun kerusakan, biasanya pelanggan harus sabar menunggu hingga 1-2 hari hingga teknisi datang untuk memperbaiki kerusakannya.	
10	Proses	Mebutuhkan Perangkat Khusus Untuk bisa menikmati kecepatan internet yang lebih tinggi dan kuota yang lebih besar pada paket ini.	https://carainternet.id/fup-paket-gamer-indihome/
11	Proses	Awal-awalnya sih Indihome enak banget speed lancar internet cepat cuma setelah 1 tahun berlangganan Mulai terasa Gangguan makin sering.	https://id.quora.com/Apa-pengalamanmu-menggunakan-Internet-Indihome
12	Proses	Jaringan Sering Gangguan jaringan Indihome sering mengalami gangguan, terutama ketika cuaca buruk atau hujan deras.	
13	Proses	Kebijakan FUP Indihome memiliki kebijakan FUP dimana ada batas kuota untuk pemakaian internet.	

Tabel I. 6
Variabel People

No	Variabel	Hasil Review	Sumber
1	People	Layanan kurang maksimal. Semakin banyak yang menggunakan maka imbasnya ke layanan pengaduan akan kurang maksimal. Ya, alasannya karena butuh antri untuk mendapatkan layanan.	https://portal-uang.com/indihome/kelebihan-dan-kekurangan/
2		Masalah Teknisi Sebagai penyedia layanan internet, IndiHome juga tak luput dari masalah teknis yang bisa mempengaruhi kualitas layanan. Beberapa pengguna melaporkan adanya masalah teknis seperti gangguan jaringan atau kesalahan pada perangkat yang memerlukan perbaikan oleh teknisi.	https://teknologi.id/technology/review-lengkap-kelebihan-dan-kekurangan-paket-internet-indihome

Sumber : Hasil Review, 2023

Berdasarkan Tabel I.2, I.3, I.4, I.5, I.6 di atas bisa di lihat bahwa produk Indihome masih banyak memiliki kekurangan di bandingkan para pesaingnya, dan faktor tersebut antara lain :

1. Variabel Produk

Speed internet Indihome sering sekali menurun menggambarkan variabel Produk. Banyak sekali orang tidak nyaman menggunakan Indihome, Pentingnya meningkatkan kualitas yang bagus dari Produk akan menarik minat konsumen terhadap Produk dan meyakinkan konsumen bahwa Produk yang dibeli merupakan Produk yang nyaman untuk dipakai.

2. Variabel Harga

Harganya mahal tidak sesuai dengan kualitas dan tagihan suka naik sendiri menggambarkan variabel Harga. Pentingnya penetapan harga yang baik memberikan pertimbangan kepada konsumen untuk melakukan pembelian tersebut.

3. Variabel Distribusi

Keterbatasan wilayah atau tidak tersedia di semua daerah menggambarkan variabel Distribusi. Meski terus berusaha untuk menjangkau wilayah yang lebih luas, masih banyak daerah yang belum dapat menikmati layanan IndiHome. Hal ini tentu menjadi kekurangan bagi mereka yang berada di luar wilayah layanan.

4. Variabel Proses

Karena IndiHome merupakan sebuah provider rumahan maka ini tidak bisa dibawa kemana-mana. Para penggunanya tidak hanya bisa mengakses internet saat berada di rumah maupun lingkungan sekitar.

5. Variabel People

Sebagai penyedia layanan internet, IndiHome juga tak luput dari masalah teknis yang bisa mempengaruhi kualitas layanan. Beberapa pengguna melaporkan adanya masalah teknis seperti gangguan jaringan atau kesalahan pada perangkat yang memerlukan perbaikan oleh teknisi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Produk, Harga, Distribusi, Proses, People) Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?
2. Adakah Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?
3. Adakah Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?
4. Adakah Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?
5. Adakah Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?
6. Adakah Pengaruh People Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Produk, Harga, Distribusi, Proses, People) Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

2. Untuk mengetahui Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
5. Untuk mengetahui Pengaruh Proses Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.
6. Untuk mengetahui Pengaruh People Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Kecamatan Kayuagung Kabupaten Ogan Komering Ilir.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah atau memperluas wawasan penulis tentang praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan, serta dapat menjadikan acuan atau kajian bagi penulisan yang akan datang terhadap topik yang serupa.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari. (2020). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Alma, Buchari, (2018), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Boleng, Dkk. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Berlanggan Indihome (Studi Kasus pada Pelanggan Indihome di Kota Kupang)*. *Jurnal Ekonomi&IlmuSosia*, 1251-1269.
- Fuandi, Dkk. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome pada Pt Telkom Metro*. *Kalianda Halok Gagas*, 144-157.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing*. Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta:Salemba Empat.
- Muhamad Irza (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fiber Internet Indihome di Kelurahan Duren Sawit, Jakarta Timur*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indinoesia
- Rahman, A. (2022). *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Konsumen Pemasangan Indihome di Palembang pada Pt Telkom Tbk Cabang Palembang*. *JIIPTS*, 83-89.
- Sunyoto, Danang dan Fathonah Eka Susanti (2015) . *Manajemen pemasaran jasa*. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*)

- Subagyo, Nur Aini Masruroh, dan Indra Bastian. 2017. *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Yogyakarta: Gadjah University Press.
- Sunyoto, Danang. 2019. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-3. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Taan, Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja*. Yogyakarta : Zahir.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi
- Thalia Salsadilla Amanda Putri (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Provider Indihome Pt Telkom Witel Semarang*. Universitas Diponegoro