PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INDOSAT OOREDOO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : ARI TRIANTO

Nim : 21 2013 457

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INDOSAT OOREDOO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

Diajukan Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : ARI TRIANTO

Nim : 21 2013 457

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Ari Trianto
Nim	: 21 2013 457
Kosentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	:Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di universitas muhammadiyah Palembang maupun di peguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan,rumusan dan penelitian saya sendiritanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya pendapat yang ditulis atau di publikasikan orang lain secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Peryataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran 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 peguruan tinggi ini.

Palembang, 07 Agustus 2019
Bertanda tangan,

METERAI TEMPEL
36FDAAFF913825145
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Ari Trianto
Nim : 21 2013 457

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	: Ari Trianto
Nim	: 21 2013 457
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Mata Kuliah Pokok	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Zawawi Nasution.,S.E.,M.Si	**Zaleha Trihandayani.,S.E.,M.Si**
NIDN : 0222045801	**NIDN : 0229057501**

Mengetahui Dekan
u.b. Ketua Program Studi manajemen

Hj. Maftuha nurrahmi, S.E, M. Si
NIDN : 0216057001

MOTO DAN PERSEMBAHAN

"Saat masalahmu jadi terlalu berat untuk ditangani, beristirahatlah dan hitung berkah yang sudah kau dapatkan.

Di saat kita mendapatkan kebaikan yang melimpah dari allah. Bersyukurlah janganlah merasa sombong dan merasa disayang allah. Lalu saat allah memberi musibah janganlah berburuk sangkah padanya. Karna allah telah berfirman dalam surah Al Baqarah: 216

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu namun ia amat baik bagimu dan boleh jadi engkau mencintai sesuatu namun ia amat buruk bagimu, Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui"

Kupersembahkan kepada :

- Almarhum Ayahanda (Ery Riano) dan Ibunda (Nurlela) yang sangat ku cintai dan kusayangi
- Saudara dan saudariku sekandung
- Sahabat dikampus

PRAKATA

Assalamu'Aalaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadirat ALLAH SWT atas rahmat dan hidayah-nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, shalawat dan salam penulis kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat.

Ucapan terimah kasih penulis lontarkan kepada kedua orang tua yang telah memberikan dorongan, semangat dengan ikhlas dan memberikan motivasi kepada penulis tentang arti kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak akan terselasaikan tanpa adanya bantuan serta kemurahan hati dari berbagai pihak. Oleh karna itu, disamping rasa syukur yang tak terhingga atas nikmat yang telah diberikan ALLAH SWT penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada bapak Zawawi Nasution.,S.E.,MSi sebagai pembimbing I dan ibu Zaleha Trihandayani., S.E.,M.Si sebagai pembimbing II yang telah membimbing mulai dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Serta penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Abid Djazuli, S.E, M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuha Nurrahmi, S.E., M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakulta Ekoomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Zaleha Trihandayani.,S.E.,M.Si, Psebagai pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan membantu dalam perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih kurang sempurna sehingga kepada pembaca kiranya dapat memberikan saran dan sifatnya membangun agar kekurangan-kekurangan yang ada dapat di perbaiki.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang seikhlas-ikhlasnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat berguna pada diri pribadi penulis, almamater, bangsa dan agama khususnya dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan di masa yang akan datang. Amin

Wassalamu'allaikum Wr. Wb

Palembang, 07 Agustus 2019
Penulis,

Ari Trianto
21 2013 457

DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DEPAN .....
HALAMAN JUDUL .....
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO .....
HALAMAN PRAKATA .....
HALAMAN DAFTAR ISI .....
HALAMAN DAFTAR TABEL .....
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....
ABSTRAK .....

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA 8
A. Landasan Teori 8
1. Perilaku Konsumen 8
2. Keputusan Pembelian 8
3. Pengertian Promosi 16
4. Pengertian Promosi Penjualan 18
5. Harga 18
6. Penelitian Sebelumnya 20
B. Kerangka Pemikiran 22
C. Hipotesis 23

BAB III METODE PENELITIAN 24
A. Jenis Penelitian 24
B. Lokasi Penelitian 25
C. Operasional Variabel 25
D. Populasi dan Sampel 26
E. Data yang diperlukan 27
F. Metode Pengumpulan Data 27
G. Analisis Data dan Tekhnik Analisis 29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
A. Hasil Penelitian 36
1. Gambaran Umum Objek Penelitian 36
2. Sejarah Singkat Perusahaan 36
3. Uji Instrumen 41
B. Pembahasan Hasil Penelitian 42
1. Gambaran Umum Responden 43
2. Gambaran Umum Jawaban Responden 49
3. Analisis Regresi Linear Berganda 54
4. Hasil Koefisien Determinasi 58
5. Hasil Uji Hipotesis 59
6. Pengaruh promosi dan harga 61
7. Perbandingan Penelitian Terdahulu 63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN-SARAN 66
1. Simpulan 66
2. Saran-Saran 66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 4
Tabel III.2 25
Tabel IV.1 42
Tabel IV.2 43
Tabel IV.3 44
Tabel IV.4 45
Tabel IV.5 46
Tabel IV.6 47
Tabel IV.7 49
Tabel IV.8 50
Tabel IV.9 53
Tabel IV.10 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Pemikiran 22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Biodata penulis
Lampiran 2	: Kuisioner Penelitian
Lampiran 3	: Tabulasi
Lampiran 4	: Analisis Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 5	: Analisis Uji Validitas dan Realibilitas
Lampiran 6	: Analisis Regresi, Uji F dan Uji t
Lampiran 7	: Analisis Koefisien Determinasi
Lampiran 8	: Surat Keterangan Selesai Riset
Lampiran 9	: Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 10	: Sertifikat AIK
Lampiran 11	: Surat Keterangan Abstrak
Lampiran 12	: Jadwal Penelitian

Abstrak

Ari Trianto./ 212013457/ 2019/ Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang /Pemasaran

Rumusan Masalah Dalam Penelitian Ini Adalah, Adakah Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuan Penelitia Untuk Mengetahui Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis Penelitian Asosiatif. Lokasi Penelitian Di Universitas Muhammadiyah Palembang Jln. Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang. Sampel Penelitian 30 Orang. Teknik Pengambilan Sampel Menggunakan *Purposive Sampling*. Data Yang Digunakan Adalah Data Primer Dan Sekunder. Metode Pengumpulan Data Menggunakan Metode Pengumpulan Data Berupa Kuesioner(angket). Metode Analisis Menggunakan Analisis Data Kualitatif Yang Kemudian DiKuantitifkan. Teknik Analisis Menggunakan Regresi Linier Berganda. F Tes Simultan T Tes Parsial. Hasil Menunjukkan $Y = 2,481 + 0,313\ X_1 + 0,901\ X_2$ Hasil Uji f Menunjukkan Nilai F_{hitung} (33,989 > F_{table} (3,35), Maka Ho Ditolak Dan Ha diterima, Artinya Ada Pengaruh Signifikan Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil Uji T Variable Promosi X_1 Menunjukkan Nilai T_{hitung} (2,553) > T_{table} (2,051) Maka H_O Ditolak dan Ha Diterima, Artinya secara parsial ada Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Dan T_{hitung} (3,220) > T_{tabel} (2,051), Maka Ho ditolak dan Ha diterima, Artinya Secara Parsial ada Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata kunci : Promosi, Harga Dan Keputusan Pembelian

Abstract

Ari Trianto./ 212013457/2019 / The Influence of Promotion and Price on the Purchasing Decision of the Indosat Ooredoo SIM Card on Students' Universitas Muhammadiyah Palembang/ Marketing

The problem of this research was whether there was the influence of promotion and price on the purchasing decision of the Indosat Ooredoo SIM Card on Students' Universitas Muhammadiyah Palembang. The objective of this study was to find out the influence of promotion and price on the purchasing decision of the Indosat Ooredoo SIM Card on Students' Universitas Muhammadiyah Palembang This study was an associative research. This study was conducted at the Universitas Muhammadiyah Palembang which was located at Jenderal Ahmad Yani street 13 Ulu Palembang. The research sample of 30 people. The sampling technique used purposive sampling. The data used were primary and secondary data. Data collection methods using data collection methods in the form of a questionnaire (questionnaire). The method of analysis used qualitative data analysis which was then quantified. The analysis technique used multiple linear regression, in the form of F-tests (simultaneously) t-tests (partially). The results showed $Y = 2,481 + 0,313\ X_1 + 0,901\ X_2$. *The results of F-test indicated the value of* $F_{obtained}$ *(33.989>* F_{table} *(3.35), then Ho was rejected and Ha was accepted, meaning that there was a significant influence of promotion and price on the purchasing decision of Indosat Ooredoo SIM card on students' Universitas Muhammadiyah Palembang. The results of t-test, the variable of promotion* X_1 *showed the value of* $T_{obtained}$ *(2,553) >* T_{table} *(2,051), then Ho was rejected and Ha was accepted, meaning that there was a partial influence of promotion and price on purchasing decision of Indosat Ooredoo SIM Card on students' Universitas Muhammadiyah Palembang and* $T_{obtained}$ *(3,220)>* T_{table} *(2,051) , then Ho was rejected and Ha was accepted, meaning that partially there was an influence of promotion and price on purchasing decision of Indosat Ooredoo SIM Card on students' Universitas Muhammadiyah Palembang.*

Keywords: Promotion, Price and Purchasing Decisions

PENGESAHAN
NO. 563 /Abstract LB UMP/ VIII / 2019
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan zaman yang berbasis teknologi dan informasi membuat tingkat kebutuhan internet semakin meningkat. Masyarakat saat ini tidak terlepas dari gadget yang berbasis internet. Kebutuhan akan internet saat ini menjadi kebutuhan yang utama untuk dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi. Kebutuhan penggunaan internet yang semakin meningkat telah disadari oleh para penyedia jasa layanan operator provider. Untuk memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat tersebut maka saat ini banyak dari penyedia jasa layanan operator provider menghadirkan beragam pilihan paket data internet. Beragam pilihan paket data tersebut juga memiliki beragam jumlah kuota yang dapat digunakan untuk mengakses berbagai informasi dan berkomunikasi.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Promosi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian. Tujuan promosi adalah memberikan informasi

yang memperkuat kesadaran dan pengetahuan tentang produk dan jasa yang dipasarkan, untuk mendorong terjadinya peningkatan permintaan akan suatu produk dari konsumen, menambah keuntungan bagi perusahaan.Promosi menurut otler dan Armstrong (2012:76) "*promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it"*. Artinya promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.

Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga manajer perusaaan perlu benar-benar memahami peran tersebut dalam mempengaruhi sikap konsumen. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal. Pengaruh kualitas produk akan sangat mempengaruhi pemikiran konsumen untuk melakukan suatu produk dengan melihat pasar, maka perusahaan harus mempunyai sebuah strategi yang bagus untuk menentukan suatu produk yang akan dikeluarkan ke pasar. Setiap perusahaan bersaing menjaring pangsa pasar, ada yang memposisikan sebagai pelanggan segmen kaum anak muda. Adapula menyebut dirinya penyedia fasilitas murah sudah menjadi hal biasa dan wajar jika iklan di TV menjatuhkan bahkan merendahkan *brand* lain dan tidak segan-segan memasukkan unsur khas dari *brand* yang diserang.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Indosat Ooredoo (lengkapnya PT. Indosat Tbk., sebelumnya bernama Indosat) adalah salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan saluran komunikasi untuk pengguna telepon genggam dengan pilihan prabayar maupun pascabayar dengan merk jual Matrix Ooredoo, Mentari Ooredoo dan IM3 Ooredoo, jasa lainnya yang disediakan adalah saluran komunikasi via suara untuk telepon tetap (*fixed*) termasuk sambungan langsung internasional IDD (*International Direct Dialing*). Indosat Ooredoo juga menyediakan layanan multimedia, internet dan komunikasi data (MIDI = *Multimedia, Internet & Data Communication Service*).

Produk kartu perdana Indosat Ooredoo sudah dikenal oleh para mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palembang, banyaknya promosi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik berupa iklan di televisi nasional maupun swasta, dan media cetak seperti banner dan papan reklame di sekitar lingkungan Universitas Muhammadiyah Palembang.

Hasil perbandingan antara kepuasan dan tidak puasnya para mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palembang terhadap kualitas kartu internet kuota Indosat Ooredoo sebagai berikut :

Tabel 1

Survey Awal Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palembang Terhadap Kartu Perdana Indosat Ooredo

No.	Indikator	Puas	Tidak Puas
1	Harga	85%	15%
2	Jaringan	25%	75%
3	Pelayanan *Call Center*	45%	55%
4	Kapasitas kuota yang tersedia	88%	12%

Sumber : Universitas Muhammadiyah Palembang , tahun 2019.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian kartu kuota internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Ketika diajukan pertanyaan tentang bagaimana pendapat mereka tentang harga yang ditawarkan oleh Indosat Ooredoo terhadap kuota internet yang mereka jual kepada para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang, maka kebanyakan mahasiswa (85%) memberikan tanggapan puas sedangkan mahasiswa lainnya (15%) menyatakan tidak puas terhadap harga yang diberikan Indosat Ooredoo.

Selanjutnya, dari segi jaringan internet kuota Indosat Ooredoo, banyak sekali keluhan dari mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang (75%)

tentang buruknya jaringan serta sinyal yang mereka dapatkan dari internet kuota yang mereka gunakan di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pelayanan *Call Center* Indosat Ooredoo dianggap kurang peka dalam menanggapi keluhan mahasiswa (45%) terhadap jaringan yang mereka berikan. Namun, kapasitas kuota yang disediakan oleh Indosat Ooredoo dianggap memuaskan bagi kebanyakan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang (88%) karena jumlah kuota internet yang mereka berikan lebih besar dari harga yang mereka tawarkan.

Indosat Ooredoo dalam kegiatan pemasarannya tidak terlepas dari kegiatan promosi, diantaranya kegiatan personal selling yang dilakukan Indosat Ooredoo dengan menggunakan sales promotion girl untuk menawarkan paket Indosat Ooredoo kepada pembeli dinilai sudah cukup menarik perhatian konsumen. Selain itu Indosat Ooredoo sangat gencar mempublikasikan informasi tentang keunggulan yang dimiliki oleh paket Indosat Ooredoo, sehingga konsumen menjadi lebih mengenal spesifikasi paket Indosat Ooredoo. Bahkan Indosat Ooredoo demi menarik perhatian konsumen, melakukan promosi dengan menawarkan bonus kepada pelanggan, seperti bonus kuota internet dan gratis menelpon.

Tidak hanya promosi, Indosat Ooredoo juga menerapkan strategi harga guna menggait calon pembeli agar tertarik menjadi konsumennya, Indosat Ooredoo sering mengadakan potongan harga untuk setiap pembelian paket internet khusus yang ditawarkannya agar konsumen mau mencoba jenis paket tersebut. Selain itu Indosat Ooredoo juga selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas jaringannya

agar sesuai dengan harga yang dibayarkan konsumen, karena selama ini terdapat keluhan mengenai kualitas jaringannya yang tidak sesuai dengan harganya.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang."**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan peneletian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadapkeputusan pembelian kartu perdana Indosat Ooredoo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran wawasan berupa praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Tempat Penelitian

   Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pengaruh media iklan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Almamater

   Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya mengenai pengaruh promosi dan harga terhadap kepuasan pembelian kartu internet kuota Indosat Ooredoo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

Hasan, Iqbal . 2010. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis.* Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. *Integrated Marketing Communication.* Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Penerbit Jakarta: Erlangga.

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

Kotler, Philip and Gray Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13.

Jilid I. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. 2014. *Principles Of Marketing, 15th Edition, Perason Education Limited. Jilid I Terjemahan Bob Sabran.* Jakarta: Erlangga.

Lestari, Anis. 2017. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana AS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.* Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus*

Risbar, Olivia Gustiara. 2016. *Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Konsumen PT. Trikomsel Oke. Tbk Palembang*.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research and Development/ R&D) Cetakan Ke 1.* Bandung. Alfabeta.

Siregar, Sofyan. 2012. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian.* Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran, Edisi 3,* ANDI : Yogyakarta.

UMP. 2019. *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Skripsi*. Lembaga penerbit fakultas ekonomi UMP.