

**PENGARUI Bauran Pemasaran Jasa ( *SERVICE MARKETING MIX* )  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET  
SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

**NOZILIA FITRI**  
**NIM 01101001057**  
**Jurusan Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**Tahun 2014**

S  
658.807  
1202  
p  
2014

2020 / 20181

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA ( *SERVICE MARKETING MIX* )  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET  
SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh :

**NOZILLA FITRI**  
**NIM 01101001057**  
**Jurusan Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih  
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**Tahun 2014**

**LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA ( *SERVICE MARKETING MIX* )  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANPAKET INTERNET  
SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**

Disusun oleh :

Nama : Nozilla Fitri  
NIM : 01101001057  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Tanggal

: 03 Februari 2014

Dosen Pembeimbing

Ketua



Drs. H. Dian Eka, M.M

NIP 196101061990031002

Tanggal

: 03 Februari 2014

Anggota



Welly Nailis, S.E, M.M

NIP 197407102008011011

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA ( *SERVICE MARKETING MIX* )  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET INTERNET  
SMARTFREN DI KOTA PALEMBANG**

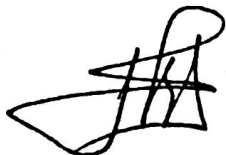
Disusun oleh :

Nama : Nozilla Fitri  
NIM : 01101001057  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian / Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 27 Februari 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Indralaya, 27 Februari 2014

Ketua



Drs. H. Dian Eka, M.M

NIP 196101061990031002

Anggota



Welly Nailis, S.E, M.M

NIP 197407102008011011

Anggota



Drs. Islahuddin Daud, M.M

NIP 195306241984031001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 195707141984031005

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Nozilla Fitri  
NIM : 01101001057  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa ( *Service Marketing Mix* ) terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang.

Pembimbing ;

Ketua : Drs. H. Dian Eka, M,M  
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M  
Tanggal Ujian : 27 Februari 2014

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Indralaya, 27 Februari 2014

Pembuat pernyataan



Nozilla Fitri  
NIM 01101001057

## RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswi : Nozilla Fitri  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat / Tanggal Lahir : Bukittinggi / 04 April 1992  
Agama : Islam  
Status : Mahasiswi  
Alamat Rumah (Orangtua) : Jln. Mr. Mooh Roem No.22 RT.18 Kel. Guguk Malintang Kec. Padang Panjang Timur Prov. Sumatera Barat  
Alamat Email : nozillafitri@yahoo.co.id



### **Pendidikan Formal:**

SD : SD N Teladan 09 Balai-balai  
SLTP : SMP N 1 Padang Panjang  
SMU : SMA N 2 Padang Panjang

### **Pengalaman Organisasi :**

1. Anggota Organisasi EIT (*Entrepreneur Institut Team*) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Anggota IKAMMA (Ikatan Mahasiswa Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Anggota Biro Penelitian dan Pengembangan BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Anggota Organisasi PERMATO (Persatuan Mahasiswa Tuah Sakato) Universitas Sriwijaya.

### **Penghargaan Prestasi :**

1. Sebagai ketua pelaksana kegiatan Lomba LKTI (Lomba Karya Tulis Ilmiah) E-Preneurship yang dilaksanakan pada hari Jumat, 21 September 2012 di Aula Magister Manajemen Universitas Sriwijaya dan Seminar & Talkshow Creative Preneurship bersama HIPMI Kota Palembang dan Raditya Dika yang dilaksanakan pada hari Minggu, 23 September 2012 di Aula Pasca Sarjana Universitas Sriwijaya.
2. Menjadi Panitia GMC (*General Management Course*) yang diselenggarakan oleh Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya bekerjasama dengan PT. Semen Baturaja (Persero) pada tanggal 22 s/d 26 April 2013.

## **MOTO:**

*Manusia terlahir dengan takdirnya tersendiri,  
Manis pahitnya cerita merupakan bumbu dari kehidupan yang harus dijalani,  
Namun semua bisa terlihat indah tergantung bagaimana kita bisa mengemasnya  
dengan baik,  
Jika kita lunak kepada diri kita sendiri maka dunia akan keras kepada kita,  
Namun jika kita keras kepada diri kita maka dunia akan lunak kepada kita,  
Jadi, bersemangatlah !  
Dan berusaha untuk melakukan yang terbaik di setiap detiknya,  
Serta tidak lupa untuk bersyukur akan setiap hasil yang telah ditetapkan oleh  
Allah.*

**N.F**

*Ku Persembahkan untuk :  
Orang Tuaku,  
Saudara-saudariku,  
Keluargaku,  
Sahabat-sahabatku,  
Bangsa & Negaraku.*



## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Service Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang dengan baik. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas tentang seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) terhadap keputusan pembelian paket internet smartfren di Kota Palembang, serta faktor bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) yang mana berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian paket internet smartfren di Kota Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Prof. Dr. Taufik Marwa, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Drs. H. Dian Eka, M.M, selaku Dosen Pembimbing I Skripsi merangkap Pembimbing Akademik yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Welly Nailis, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi merangkap Sekretaris Jurusan Manajemen, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A, selaku Ketua Jurusan.
6. Drs. Islahuddin Daud, M.M, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan dalam penulisan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi terutama Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi masa depan.
8. Mbak Nini, Kak Hendri beserta Bapak dan Ibu bagian Akademik yang telah membantu dalam mengurus administrasi.
9. Apa dan Ama tercinta yang telah mengajarkan banyak pengalaman hidup sehingga membuat saya bisa menjadi wanita yang tegar dan kuat dalam menjalani hidup ini.
10. Kak Opi, Kal Lila, Bang Boy, Bang Aan, Inyik, Uncu, Tek At, serta semua keluarga besar yang sangat saya cintai dan telah berjasa dalam membesarkan saya.
11. Sahabat-sahabat tercinta: Yosi, Ulfi, Amoi, Dila, Ogi, Cici, Yayang, Lao, Resha, Thitien, Susi, Rina, Dian, Dina, Fitri, Doni, Dipo, Yuva, Furqon, Iqbal, Hebi, Oggie, Putri, Sahabat Drj: Yuni, Rani, Dian, Ecak, Yuk Mel, Yeni, Bella, Vika, Chintia, Sahabat Sky High, Sahabat Exiloutezz, Sahabat Permato, serta sahabat MGT'10 yang telah memberikan warna keceriaan dalam hidup saya. I Love You ALL :\*

Indralaya, 27 Febuari 2014

Nozilla Fitri

## ABSTRAK

Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Service Marketing Mix*) terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang

Oleh :

Nozila Fitri

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang 2) faktor bauran pemasaran jasa yang mana berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Bauran Pemasarana Jasa berpengaruh cukup besar terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang. Dari hasil analisis regresi linear berganda diketahui bahwa faktor Harga merupakan faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang. Faktor bauran Harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam membeli dan menggunakan Paket Internet Smartfren di Kota Palembang. Maka, Smartfren harus lebih meningkatkan kualitas produk dan menciptakan inovasi baru terhadap Paket Internet Smartfren yang harganya mampu dijangkau oleh berbagai kalangan. Sehingga bisa membuat konsumen loyal dalam membeli dan menggunakan Paket Internet Smartfren di Kota Palembang.

***Kata kunci : Bauran Pemasaran Jasa dan Pengambilan Keputusan***

Ketua,



Drs. H. Dian Eka, M.M

NIP 196101061990031002

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.

NIP 197407102008011011

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 195707141984031005

## ABSTRACT

### *The Influence of The Service Marketing Mix to Buying Decision on Smartfren Internet Package in Palembang City*

By :

*Nozilla Fitri ; Drs. H. Dian Eka, M.M ; Welly Nailis, S.E, M.M*

*The purpose of this research are first, to know the influence of the service marketing mix to buying decision on Smartfren Internet Package in Palembang City and second is to know the most dominant factor that influence of the service marketing mix to buying decision on Smartfren Internet Package in Palembang City. The results of the research is the variable of the service marketing mix is influential towards purchase decision making on Smartfren Internet Package in Palembang City. From results of the analysis of linear regression of multiplying it is know that the factor of Price is the dominant factor is influential towards the consumer's decision on Smartfren Internet Package in Palembang City. The mix factor of Price become to prime opinion consumer's buy and use the Smartfren Internet Package in Palembang City. Then, Smartfren have to more increase their quality of products and create new innovation to Smartfren Internet Package price's that could be reached by all circle. So, they can make consumer's be loyal to buy and use the Smartfren Internet Package in Palembang City.*

**Key Words : The Service Marketing Mix and Decision Making**

Ketua,



Drs. H. Dian Eka, M.M

NIP 196101061990031002

Anggota,



Welly Nailis, S.E, M.M

NIP 197407102008011011

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A  
NIP 195707141984031005

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK (BAHASA INDONESIA DAN INGGRIS) .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Konsep Jasa .....	10
2.1.2. Bauran Pemasaran Jasa .....	12
2.1.3. Pengambilan Keputusan .....	22
2.1.3.1. Pengambilan Keputusan Konsumen .....	22
2.1.3.2. Pembelian .....	23
2.1.3.3. Keputusan Pembelian .....	24

2.2. Penelitian Terdahulu .....	27
2.3. Kerangka Pemikiran .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Ruang Lingkup Penelitian .....	31
3.2. Rancangan Penelitian .....	31
3.3. Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data .....	32
3.3.1. Jenis Data .....	32
3.3.2. Sumber Data .....	32
3.3.3. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.5. Instrumen Penelitian .....	35
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
3.6.1. Identifikasi Variabel .....	36
3.6.2. Batasan Operasional Variabel Penelitian .....	36
3.6.3. Pengukuran Variabel .....	41
3.7. Uji Instrumen Penelitian .....	41
3.8. Teknik Analisis .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Akurasi Data .....	46
4.1.1. Uji Validitas .....	46
4.1.2. Uji Reliabilitas .....	49
4.2. Analisis Frekuensi .....	49
4.2.1. Analisis Frekuensi Profil .....	49
4.2.2. Analisis Frekuensi Perilaku .....	53
4.2.3. Analisis Frekuensi Variabel X dan Y .....	58
4.3. Analisis Deskriptif Utama .....	68

4.4. Analisis Tabulasi Silang .....	72
4.4.1. Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dan Alasan Utama Responden Menggunakan Paket Interenet Smartfren di Kota Palembang .....	72
4.4.2. Analisis Tabulasi Silang Antara Usia dan Siapa yang Mempengaruhi Responden untuk Membeli dan Menggunakan Paket Internet Smartfren di Kota Palembang .....	73
4.4.3. Analisis Tabulasi Silang Antara Pekerjaan dan Dimana Responden Mengetahui Tentang Paket Internet Smartfren di Kota Palembang .....	74
4.5. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa ( <i>Service Marketing Mix</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang .....	75
4.5.1. Analisis Linear Berganda .....	75
4.5.2. Analisis Korelasi Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
4.5.3. Analisis Uji F (Uji Simultan) .....	81
4.5.4. Analisis Uji T (Uji Parsial) .....	82
4.5.5. Analisis Uji Normalitas .....	84
4.6. Pembahasan .....	86
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>95</b>
9.1. Kesimpulan .....	95
9.2. Saran .....	96
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Perkembangan Pengguna Operator .....	5
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1	Skala Likert .....	41
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Utama .....	48
Tabel 4.2	Frekuensi Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.3	Frekuensi Usia Responden .....	50
Tabel 4.4	Frekuensi Pengeluaran Perbulan .....	51
Tabel 4.5	Frekuensi Pekerjaan .....	52
Tabel 4.6	Frekuensi Darimana Responden Mengetahui Paket Internet Smartfren .....	54
Tabel 4.7	Frekuensi Siapa yang Mempengaruhi Pembelian Responden .....	55
Tabel 4.8	Frekuensi Jenis Paket Internet Smartfren yang digunakan .....	56
Tabel 4.9	Frekuensi Alasan Utama Menggunakan Paket Internet Smartfren ...	57
Tabel 4.10	Frekuensi Variabel (X1) Produk .....	58
Tabel 4.11	Frekuensi Variabel (X2) Harga .....	60
Tabel 4.12	Frekuensi Variabel (X3) Tempat .....	61
Tabel 4.13	Frekuensi Variabel (X4) Promosi .....	63
Tabel 4.14	Frekuensi Variabel (X5) Orang .....	64
Tabel 4.15	Frekuensi Variabel (X6) Proses .....	65
Tabel 4.16	Frekuensi Variabel (X7) Layanan Konsumen .....	66
Tabel 4.17	Frekuensi Variabel (Y) Keputusan Pembelian .....	67
Tabel 4.18	Analisis Deskriptif Variabel Independen (X) .....	69
Tabel 4.19	Analisis Deskriptif Variabel Dependen (Y) .....	71



Tabel 4.20	Jenis Kelamin * Alasan Utama Menggunakan Paket Internet Smartfren Crosstabulasi .....	72
Tabel 4.21	Usia * Yang Mempengaruhi Pembelian Paket Internet Smartfren Cerosstabulasi .....	73
Tabel 4.22	Pekerjaan * Darimana Mengetahui Paket Intenet Smartfren Crosstabulasi .....	75
Tabel 4.23	Analisis Koefisian Regresi Berganda .....	77
Tabel 4.24	Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	80
Tabel 4.25	Analisis Uji F (Uji Simultan) .....	81
Tabel 4.26	Analisis Uji T (Uji Parsial) .....	83
Tabel 4.27	Analisis Uji Normalitas .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2	Logo Smartfren .....	3
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian .....	24
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	29

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	99
Lampiran 2.	Hasil Output SPSS .....	104



# BAB I

## PENDAHULUAN

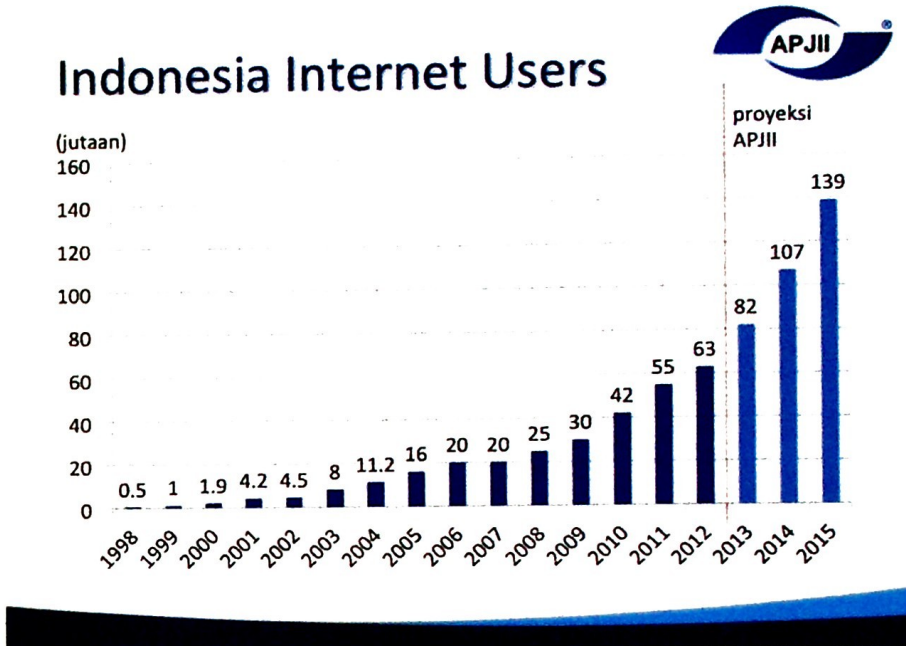
### 1.1. Latar Belakang

Akses internet telah menjadi kebutuhan primer bagi berbagai kalangan, terutama generasi muda di Indonesia. Perkembangan teknologi serta makin terjangkaunya perangkat *modem*, *featurephone*, *smartphone*, hingga *tablet*, memberi lebih banyak pilihan kepada konsumen untuk dapat terus mengakses internet. Dengan menggunakan internet, memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengakses data apapun yang mereka butuhkan. Sehingga kemanapun seseorang pergi tidak dapat terlepas untuk tidak menggunakan internet sehari saja.

Di Indonesia dapat kita lihat perkembangan sektor jasa dari segi lapangan usahanya. Dimana dari tahun 2010-2012 selalu mengalami peningkatan yaitu sebanyak 10,24% pada tahun 2010, 10,36% pada tahun 2011 dan 10,78% pada tahun 2012 (Sumber: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Hal tersebut bernilai positif tentunya bagi Indonesia untuk lebih mengembangkan sektor jasa karena meningkatnya permintaan dan kebutuhan akan sektor jasa seperti internet. Internet membutuhkan layanan operator yang menghubungkan manusia dengan jaringannya. Tanpa adanya operator, konsumen akan susah untuk berhubungan dan mengakses data yang mereka inginkan dari internet. Berikut ini merupakan laju pertumbuhan pengguna internet di Indonesia :

Gambar 1.1

Tabel Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : [www.klikseo.com](http://www.klikseo.com)

Pada grafik di atas, terlihat jelas bahwa perkembangan pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Laju pertumbuhan yang sangat pesat terlihat dari tahun 2007-2012. menurut survei dari APJII ( Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ) menerangkan bahwa statistik pengguna internet di Indonesia mencapai 63 Juta orang atau 24% lebih dari total populasi negara ini. Dan tahun ini diprediksi akan naik sekitar 30% menjadi 82 juta pengguna dan terus tumbuh hingga 139 juta pada tahun 2015 nanti (Sumber: [www.klikseo.com](http://www.klikseo.com)) Sebuah statistik yang sangat besar yang tentu menarik banyak orang memanfaatkan internet di Indonesia. Dengan meningkatnya pengguna internet di indonesia membuktikan juga semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat Indonesia akan jasa internet (*operator*) yang menghubungkan mereka dengan internet.

Gambar 1.2.  
Logo Smartfren



Sumber : [www.smartfren.com](http://www.smartfren.com)

PT Smartfren Telecom, Tbk. adalah operator penyedia jasa telekomunikasi berbasis teknologi CDMA yang memiliki lisensi seluler dan mobilitas terbatas (*fixed wireless access*), serta memiliki cakupan jaringan CDMA EV-DO (jaringan *mobile broadband* yang setara dengan 3G) yang terluas di Indonesia. Smartfren juga merupakan operator telekomunikasi pertama di dunia yang menyediakan layanan CDMA EV-DO Rev. B (setara dengan 3,5G dengan kecepatan unduh s.d. 14,7 Mbps) dan operator CDMA pertama yang menyediakan layanan Blackberry (sumber: [www.smartfren.com](http://www.smartfren.com) )

Smartfren menawarkan 2 (dua) jenis layanan akses data Smartfren *Connex*, yaitu: *Smartfren Connex Unlimited* dan *Smartfren Connex Volume Based*. *Smartfren Connex Unlimited* adalah layanan akses data/internet, dimana Pengguna dapat melakukan akses data/internet dengan kecepatan akses data hingga kecepatan tertentu dalam jangka waktu tertentu (Masa Aktif), tanpa ada pembatasan jumlah atau volume data yang dapat diakses. *Smartfren Connex Volume Based* adalah layanan akses data/internet dimana Pengguna dapat memilih atau mengatur pemakaian akses data/internet sesuai atau berdasarkan dengan limit volume data/kuota data tertentu dan Masa Aktif. Smartfren menawarkan 2 (dua) jenis layanan akses data *Smartfren Connex*

*Volume Based*, yaitu: *Smartfren Connex Prepaid Volume Based* dan *Smartfren Connex Postpaid Volume Based*. Pengguna *Smartfren Connex Volume Based* dapat menikmati kecepatan akses unduh (*download*) hingga 3,1 Mbps dan kecepatan akses unggah (*upload*) hingga 1,8 Mbps, sedangkan khusus bagi Pengguna *Smartfren Connex Prepaid Volume Based* bulanan (*monthly*) 12 GB dan Pengguna *Smartfren Connex Postpaid Volume Based* dapat menikmati kecepatan akses unduh (*download*) hingga 14,7 Mbps dan kecepatan akses unggah (*upload*) hingga 5,4 Mbps. (Sumber: [www.smartfren.com](http://www.smartfren.com) )

Jasa dan layanan Smartfren memiliki nilai-nilai (*values*) yaitu sebagai mitra yang terbaik bagi pelanggan dengan menawarkan solusi yang cerdas dalam layanan-layanan telekomunikasi untuk meningkatkan pengalaman hidup pelanggan dalam berkomunikasi. Sebagai operator CDMA yang menyediakan jaringan internet kecepatan tinggi bergerak (*mobile broadband*) yang terluas di Indonesia, Smartfren berkomitmen untuk menjadi penyedia layanan telekomunikasi yang terjangkau bagi masyarakat dengan kualitas terbaik. Sehingga telah memiliki kantor cabang di Palembang yang beralamat di Kantor MSC Palembang Jl. Gub. H. Bastari, *In front of* GOR Sriwijaya Jakabaring Palembang.

Dengan adanya cabang di Palembang dan diberbagai daerah di Indonesia membuktikan keseriusan Smartfren untuk menjadi jaringan internet dengan layanan terkemuka di Indonesia. Dan seiring dengan perkembangan telekomunikasi, Smartfren meningkatkan pelayanannya dengan berkomitmen sebagai penyedia jasa layanan internet yang handal, lengkap, anti lelet dan terkemuka untuk masyarakat Indonesia. Semua komitmen tersebut sangat terlihat jelas dalam setiap iklan yang ditayangkan sebagai media promosi yang di kemas secara menarik. Sehingga banyak menarik para

konsumen untuk memakai jasa operator jaringan internet Smartfren. Namun sesuai data yang didapat dari Kantor BPS Kota Palembang seperti gambar dibawah ini:

Tabel 1.1.

Tabel 3.7 Jumlah Pelanggan Telepon Bergerak Seluler Menurut Perusahaan Penyelenggara Tahun 2006 - 2010

Perusahaan Penyelenggara	2006	2007	2008	2009	2010
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
PT. Telkomsel	35 597 000	47 890 000	65 306 000	81 643 532	94 010 600
- Prabayar	33 935 000	45 577 000	63 359 000	79 606 839	91 883 900
- Pasca Bayar	1 662 000	1 913 000	1 947 000	2 034 693	2 126 700
PT. Indosat	16 704 459	24 545 422	36 510 246	53 136 521	44 272 317
- Prabayar	15 878 870	23 945 431	35 591 033	51 333 173	43 170 139
- Pasca Bayar	825 589	599 991	919 213	1 803 348	1 102 178
PT. XL-Akita	9 527 970	15 469 000	26 015 517	31 438 377	40 350 874
- Prabayar	9 141 331	14 988 000	25 599 297	31 101 047	40 060 895
- Pasca Bayar	386 639	481 000	416 220	337 330	289 979
PT. Hutchison Telecommunication	-	2 039 406	4 500 609	7 311 000	16 270 000
- Prabayar	-	2 036 207	4 490 202	7 295 000	16 200 000
- Pasca Bayar	-	3 204	10 407	16 000	70 000
PT. Maxisindo Telepon Seluler	12 715	4 788	3 234 800	4 105 154	9 729 464
- Prabayar	10 155	4 788	3 234 800	4 105 154	9 726 792
- Pasca Bayar	2 560	-	-	-	2 672
PT. Smart Telekom	-	135 000	1 530 823	2 599 645	3 978 127
- Prabayar	-	-	1 456 372	2 528 026	3 887 948
- Pasca Bayar	-	-	74 451	71 619	90 179
PT. Mobile-8 Telekom	1 825 888	3 032 801	2 701 934	2 805 842	2 240 388
- Prabayar	1 778 200	2 220 233	2 552 975	2 683 776	2 130 947
- Pasca Bayar	47 688	92 588	148 939	122 066	109 441
PT. Sampoerna Telekomunikasi	134 713	310 464	784 343	636 868	348 527
- Prabayar	133 746	310 176	784 129	636 566	347 847
- Pasca Bayar	967	288	214	302	680
Jumlah	63 802 745	93 386 881	140 584 252	163 676 961	211 708 297

Sumber: Dijen Postal Kementekominfo, serta dari berbagai sumber

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa PT. Mobile-8 Telekom yang sekarang telah berganti nama menjadi PT. Smartfren Telekom memiliki jumlah pelanggan/pengguna operator Smartfren yang setiap tahunnya mengalami pasang surut. Sehingga membuat saya tertarik untuk meneliti apa yang mempengaruhi konsumen dalam membeli dan menggunakan Paket Internet Smartfren di Kota Palembang melalui bauran pemasaran jasa sehingga bisa menjawab kasus dari table 1.1 di atas. Adapun bauran pemasaran jasa terdiri dari Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Layanan Konsumen (Prilip Kotler, 2009). Melalui analisis bauran pemasaran jasa akan diketahui keunggulan dan kelemahan dari Paket Internet Semartfren. Sehingga mampu membantu perusahaan dalam meningkatkan mutu pelayanannya terutama di Kota Palembang.



Didalam proses pengambilan keputusan pembelian, terdapat lima tahap yang akan dilalui oleh konsumen. Adapun tahapannya adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Jelas, proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu lama sebelumnya. Konsumen tidak selalu melalui lima tahapan pembelian produk itu seluruhnya. Mereka mungkin melewatkan atau membalik beberapa tahap.

Dengan mampu memahami pasar sasaran, perusahaan akan dapat menciptakan strategi yang mampu bersaing dengan perusahaan sejenis. Untuk menciptakan strategi yang kuat harus dilakukan riset terlebih dahulu agar mengetahui keunggulan dan kelemahan produk yang ditawarkan. Dan saya tertarik untuk melakukan riset tersebut melalui skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (*Service Marketing Mix*) Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang"**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang?
2. Faktor bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) yang mana berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan di capai adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor bauran pemasaran jasa (*service marketing mix*) yang mana berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Paket Pnternet Smartfren di Kota Palembang.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi PT Smart Telecom cabang Kota Palembang, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan informasi untuk melakukan pengambilan keputusan mengenai bauran pemasaran jasa yang mana paling tepat dalam mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian paket internet Smartfren di Kota Palembang.
2. Bagi peneliti yang lainnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi penelitian lebih lanjut.

## **1.5. Sistematika Pembahasan**

Tujuan dari sistematika pembahasan skripsi ini adalah agar dapat memberikan gambaran isi dari skripsi secara garis besar sehingga dapat terlihat keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lain. Berikut akan diuraikan sistematika pembahasan yang terdiri dari Lima bagian, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan apa yang menjadi latar belakang pemilihan judul skripsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : STUDI PUSTAKA**

Bab ini menguraikan landasan teori yang mendasari penulisan skripsi ini. secara singkat diuraikan definisi dan penjelasan dari konsep jasa, bauran pemasaran jasa, serta penjelasan-penjelasan mengenai keputusan pembelian. Selain itu, diuraikan juga penelitian terdahulu dan kerangka konseptual penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan ruang lingkup penelitian, rancangan penelitian, jenis, sumber dan metode penelitian, instrument penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, uji instrument penelitian dan teknik analisis.

#### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari pembahasan masalah, yaitu melalui analisis terhadap bauran pemasaran jasa (service marketing mix) terhadap keputusan pembelian Paket Internet Smartfren di Kota Palembang.

#### BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penyusunan skripsi ini, dimana penulis menggunakan beberapa kesimpulan yang ditarik dari hasil analisa dan pembahasan pada bab sebelumnya . selanjutnya penulis akan mengemukakan saran yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi Smartfren dalam memperbaiki bauran pemasarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- LoveLock. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Cetakan 2. Jakarta : Penerbit Indeks.
- Lupioyadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta : Salemba Empat.
- Natalis, Diah, 2007. *Perilaku Konsumen*. Palembang. Universitas Sriwijaya.
- Peter, J.P & Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jilid 9. Buku 1. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi. 2013. *Olah Data Statistik dengan Pogram SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan ke-1. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan 1. Edisi 2. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Penerbit CAPS (*Center for Acadeic PPublishing Service*).

### Skripsi dan Jurnal :

- Auram, Ratiu Monica Paula, Emanuela Maria, dkk. 2013. Optimizing the Marketing Mix-an Essential Elemential Indeveloping Competitive Strategies in the Field of Higher Education.*
- Kumabam, Rajesh Singh. Dr.Ch. Ibotal Meitei, dkk, 2013. Coctumer Perception of Healt Insurance (HI) Products A Study Imphal, City Maniput (India).*
- Kuswanti, Nani Defriani dan Beby Karina Sembiring. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pasien Berobat di Rumah Sakit Haji Medan.
- Putra, Hafrizal Okta Ade. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Prabayar XL di Kota Padang.

Rahdika, Iqbal SMB dan Adhi Prasetic, ST. MM. 2012. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Penggunaan Rekening Bersama pada Forum Jual Beli Kaskus Periode tahun.

Sanni, Nandita F. 2009. *Pengaruh Bauran (Marketing Mix) Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Di J.Co Donuts and Coffee Palembang Indah Mall*, Palembang: Fe Unsri.

Sukotjo, Hendri dan Sumanto Rodix A. 2010. Analisis Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Participant, Process and Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya.

Winata, Ikhsan Ardi. 2012. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Pengaruh Keputusan Siswa dalam Memilih Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP31) Pekanbaru.

**Internet :**

<http://id.wikipedia.org/wiki/smartfren>. Diakses pada tanggal 27 Desember 2012.

[www.smartfren.com](http://www.smartfren.com). Diakses pada tanggal 25 Oktober 2012.

[www.google.com](http://www.google.com). Diakses pada tanggal 30 September 2012.

<http://referensi.dosen.narotama.ac.id/files/2011/12/Belajar-Sendiri-SPSS-16.pdf>. Diakses pada tanggal 29 September 2013.

<http://dataolah.blogspot.com/2012/08/regresi-berganda-uji-f-uji-t-dan.html>. Diakses pada tanggal 29 September 2013.