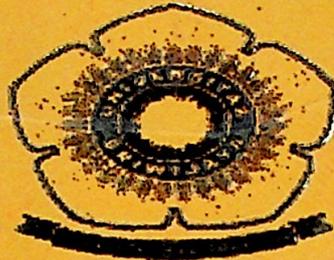


**PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN KARTU AXIS OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA**



Skripsi Oleh :

TOGAP FERNANDO

01053110035

Manajemen

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

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

Tahun 2012

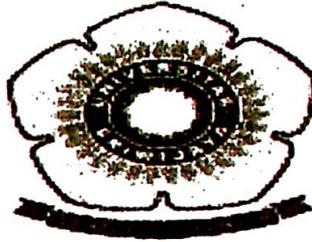
R 21335
21799

S
658.820 7
Tag
P
C/1 7 130920
2019



C/1

**PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN KARTU AXIS OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA**



Skripsi Oleh :

TOGAP FERNANDO

01053110035

Manajemen

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

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

Tahun 2012

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSANKONSUMEN KARTU AXIS OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Disusun oleh :

Nama : TOGAP FERNANDO
NIM : 01053110035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan : 02 Juli 2012

Tanggal

: _____

Dosen Pembimbing

Ketua



Dra. Suhartini Karim, M.M
NIP 195210201981032002

Tanggal

: _____

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M
NIP 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSANKONSUMEN KARTU AXIS OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

Disusun oleh :

Nama : TOGAP FERNANDO
NIM : 01053110035
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 03 Juli 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

**Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 03 Juli 2012**

Ketua



Dra. Suhartini Karim, M.M

NIP 195210201981032002

Anggota



Welly Nailis, S.E, M.M

NIP 197407102008011011

Anggota



Dr. Mohammad Adam, SE, ME

NIP 196706241994021002

**Mengetahui ,
Ketua Jurusan**



Dr. Mohammad Adam, SE, ME

NIP 196706241994021002

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : TOGAP FERNANDO
NIM : 01053110035
Jurusan : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi saya yang berjudul :
Pengaruh Tarif, Fitur dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Oleh
Mahasiswa Universitas Sriwijaya

Pembimbing :

Ketua : Dra.Suhartini Karim, M.M
Anggota : Welly Nailis, S.E, M.M
Tanggal Diuji : 03 Juli 2012

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak dapat disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya 06 Juli 2012

Togap Fernando
01053110035

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan anugerah sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan yang diakhiri dengan penulisan skripsi berjudul “Pengaruh Tarif, Fitur, Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Axis Oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya” guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Universitas Sriwijaya

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan memiliki kekurangan dalam penyajian yang dikarenakan oleh kemampuan yang terbatas. Untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada :

1. Dosen pembimbing yaitu ibu Dra.Suhartini Karim, M.M dan bapak Welly Nailis, S.E, M.M yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberi saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan yaitu bapak Dr. Mohammad Adam,SE,ME
3. Sekretaris Jurusan yaitu bapak Welly Nailis, S.E, M.M
4. Para dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran
5. Orang tua yang selalu memberi semangat dan dukungan.

Palembang, Juli 2012

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak berupa moril, materil, bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna. Oleh karena itu penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Badia Parizade. MBA selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Syamsurijal, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Mohamad Adam, SE, ME selaku Ketua Jurusan Manajemen dan selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bantuan, motivasi dan nasehat kepada penulis.
4. Bapak Welly Nailis, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Ibu Dra.Suhartini Karim, M.M selaku Pembimbing I Skripsi.
6. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M selaku Pembimbing II Skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajar dan membimbing penulis selama menjadi mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Sriwjaya hingga mencapai akhir kelulusan.
8. Mbak Ninil yang telah membantu kelancaran administrasi selama perkuliahan.
9. Kedua Orang tuaku tercinta, Bapak A. Sidabutar dan Ibu F. Br. Napitupulu dan adik-adikku yang memberikan kasih sayang, doa, motivasi serta dukungan secara material dan moral untuk dapat menulis skripsi dengan baik.
10. Teman-temanku sekalian yang ada di kampus dan yang ada di sekitar tempat tinggalku yang telah memberikan bantuan dengan setulus hati.

ABSTRACT

PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN KARTU AXIS OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA

**Oleh :
TOGAP FERNANDO**

This study is a survey conducted at Axis card consumers who are in the Faculty of Economics, University of Sriwijaya, Inderalaya, under the title Influence Rates, Features, and the Campaign Against The Axis Card Consumer Decision Sriwijaya University Students. The purpose of this study was to determine the effect of the rates, features, and promotion of consumer decision-Axis card and know the level of customer satisfaction among card users Axis Sriwijaya University students. Data collection methods used in this study is a quantitative method through the dissemination of the questionnaire, respondents with a total of 30 people. The analysis tools test the validity, reliabelitas test, t test (partial), F test (overall), and regression analysis. The results of this study, it is known that the variable rates, features, and promotions have a positive and significant influence on consumer decisions by Axis card Sriwijaya University students.

Keywords: Rates, features, promotions, consumer decisions, consumer satisfaction.

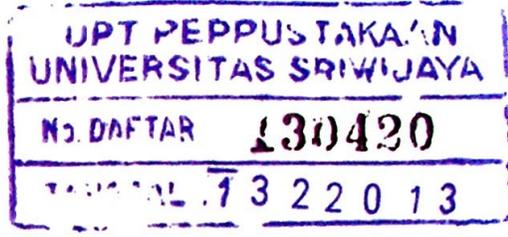
ABSTRAK

PENGARUH TARIF, FITUR DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN KARTU AXIS OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS SRIWIJAYA

**Oleh :
Togap Fernando**

Penelitian ini merupakan survey yang dilakukan pada konsumen kartu Axis yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Inderalaya, dengan judul Pengaruh Tarif, Fitur, dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Axis Oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tarif, fitur, dan promosi terhadap keputusan konsumen kartu Axis dan mengetahui tingkat kepuasan konsumen pengguna kartu Axis di kalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif melalui penyebaran kuesioner, dengan total responden sebanyak 30 orang. Alat analisis yang digunakan uji validitas, uji reliabelitas, uji t (parsial), uji F (menyeluruh), serta analisis regresi. Hasil dari penelitian ini, diketahui bahwa variabel tarif, fitur, dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen kartu Axis oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya.

Kata Kunci : Tarif, fitur, promosi, keputusan konsumen, kepuasan konsumen.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	9
2.1.3 Tarif	10
2.1.4 Fitur	12
2.1.5 Promosi.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	19
2.4 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	22
3.2. Desain Penelitian	22
3.3. Sumber data dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Definisi operasional Penelitian.....	23
3.4. Populasi dan Sampel	23
3.5. Teknik pengumpulan Data	23
3.7. Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

4.1. Hasil Penelitian	29
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.2 Tujuan Dan Visi Perusahaan	29
4.1.3 Fitur Axis.....	30
4.1.4 Gambaran Umum Responden	31
4.2 Pembahasan.....	32
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	47
6.2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : **Togap Fernando**
Jenis kelamin : **Laki-laki**
Tempat/Tanggal lahir : **Medan/12 April 1985**
Agama : **Kristen Protestan**
Status : **Lajang**
Alamat Rumah (Orangtua) : **Jl.Pemasyarakatan Gang.Rambutan No.8
Sukadono Medan-Sumatera Utara Kode Pos
(20235)**
Alamat Email : **fernandotogap@yahoo.co.id**

Pendidikan Formal : -
Sekolah Dasar : **SD. Methodist 2 Medan Suatera Utara**
SLTP : **SMP Methodist 2 Medan Sumatera Utara**
SMU : **SMU Negeri 7 Medan Sumatera Utara**
Pendidikan Non Formal : -
Pengalaman Organisasi : -
Penghargaan Prestasi : -

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data responden berdasarkan jenis kelamin	31
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan jurusan.....	32
Tabel 4.3 Uji validitas variabel tarif	33
Tabel 4.4 Uji validitas variabel fitur	33
Tabel 4.5 Uji validitas variabel promosi	34
Tabel 4.6 Uji validitas variabel keputusan konsumen.....	34
Tabel 4.7 Hasil uji reliabilitas	35
Tabel 4.8 Hasil uji normalitas	36
Tabel 4.9 Hasil uji multikolinearitas	36
Tabel 4.10 Hasil uji heterodastitas	37
Tabel 4.11 Hasil analisis regresi linear berganda	38
Tabel 4.12 Hasil Uji t	39
Tabel 4.13 hasil uji f.....	44
Tabel 4.14 Hasil koefisien determinasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.1 Kerangka konseptual penelitian	19
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner

Output SPSS



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada umumnya tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin, dengan jalan menekan biaya operasional, sehingga diperoleh hasil yang optimal. Untuk mencapai tingkat pendapatan yang tinggi, banyak usaha yang dilakukan antara lain melalui media periklanan, publisitas, promosi penjualan, maupun melalui *personal selling*.

Berbagai usaha yang dilakukan oleh perusahaan melalui kegiatan promosi pada intinya untuk membidik pangsa pasar yang luas dengan maksud mampu menarik konsumen sebanyak – banyaknya. Dipergunakan promosi tidak lepas dari adanya konsep pemasaran sebagai kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Konsep pemasaran sendiri bersandar pada empat tiang utama, yaitu *focus* pasar, orientasi kepada pelanggan, pemasaran yang terkoordinasi dan kemampuan perusahaan. Konsep ini dimulai dari perusahaan, berfokus pada produk perusahaan yang ada sekarang dan melakukan usaha keras untuk menjual dan mempromosikan produk tersebut guna menghasilkan penjualan yang menguntungkan (Basu Swastha DH dan Irawan, 2008 : 5)

Konsep pemasaran didasarkan pada pandangan dari luar ke dalam. Konsep ini diawali dengan pasar yang didefinisikan secara jelas, berfokus pada kebutuhan pelanggan dan menghasilkan laba melalui kepuasan pelanggan.

Konsep pemasaran pada intinya mengarah kepada bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran tersebut memiliki fungsi utama yaitu menciptakan faedah, baik faedah waktu, faedah tempat maupun faedah milik. Fungsi lain adalah mengumpulkan, menyelaraskan dan menyebarkan produk dari produsen ke konsumen. Faedah waktu maksudnya dengan adanya bauran pemasaran maka akan ditentukan jalur pemasaran yang efisien dalam menjangkau konsumen, faedah tempat dalam pengertian mampu menjangkau konsumen dan faedah milik dalam pengertian bauran pemasaran dapat dipergunakan untuk penguatan faedah pasar suatu perusahaan.

Keputusan mengenai bauran pemasaran adalah sebagai keputusan yang paling penting dalam manajemen pemasaran. Bauran pemasaran yang dipilih oleh perusahaan akan mempengaruhi segala macam keputusan, sehingga dengan adanya bauran pemasaran akan mengurangi pekerjaan perusahaan karena dapat menempatkan produk pada pasar sasaran yang tepat. Adapun salah satu faktor bauran pemasaran yang dapat dipergunakan untuk mengefektifkan penjualan produk adalah bauran promosi atau *promotional mix*.

Strategi lain yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan konsumen dengan peningkatan dari segi kepuasan konsumen, kualitas produk, pertahanan merk, penetapan harga hingga kebijakan pemasaran yang mengarah

pada keputusan pembelian konsumen. Selain itu usaha yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara menerapkan strategi pemasaran. Dengan strategi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan minat beli konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan untuk menarik minat konsumen agar membeli, perusahaan dapat memberikan harga, kualitas dan fitur yang menarik kepada konsumen, itu dilakukan agar konsumen merasa yakin akan manfaat dari produk sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian **“Pengaruh Tarif, Fitur Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Kartu Axis Oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan yaitu :

- a. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya ?
- b. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel fitur terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya ?
- c. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya ?

- d. Variabel-variabel mana yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya secara menyeluruh?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah yaitu :

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel tarif terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel fitur terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya .
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel promosi terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya.
- d. Untuk mengetahui variabel-variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan Kartu Axis pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya secara menyeluruh.

1.4. Manfaat Penelitian:

1.4.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk menambah pengetahuan dan untuk lebih memahami teori-teori yang telah dipelajari sewaktu perkuliahan yang berhubungan dengan manajemen pemasaan.

1.4.2. Manfaat praktis

- a. Bagi almamater, penelitian ini dapat menambah referensi yang telah ada serta memberikan sumbangan kerangka pikir dala pengembangan ilmu manajemen pemasaran.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pemikiran bagi yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.