

**ANALISIS PENGARUH NILAI INFORMASI, ISI PESAN DAN
DORONGAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTFREN MIFI ANDROMAX 4G LTE SEBAGAI
PENYEDIA JASA INTERNET**

(Studi Kasus Pengguna Di Kota Palembang)



Skripsi oleh :

IDIL AKBAR

01011381419266

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

(2018)

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH NILAI INFORMASI, ISI PESAN DAN
DORONGAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTFREN MIFI ANDROMAX 4G LTE SEBAGAI PENYEDIA JASA
INTERNET**

(Studi Kasus Di Kota Palembang)

Disusun Oleh :

Nama : Idil Akbar
NIM : 01011381419266
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing
Ketua

Tanggal :

03 Juli 2018



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

Anggota

Tanggal :

03 Juli 2018



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH NILAI INFORMASI, ISI PESAN DAN DORONGAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTFREN MIFI ANDROMAX SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET

(Studi Kasus Pengguna Di Kota Palembang)

Disusun oleh :

Nama : Idil Akbar
NIM : 01011381419266
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 17 Juli 2018, dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Seminar Komprehensif

Indralaya, 17 Juli 2018

Ketua

Anggota

Anggota



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

Welly Nailis, S.E., M.M

Drs. H. Dian Eka, M.M

NIP 195512281981021002

NIP 197407102008011011

196101061990031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Idil Akbar
NIM : 01011381419266
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH NILAI INFORMASI, ISI PESAN DAN DORONGAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTFREN MIFI ANDROMAX 4G LTE SEBAGAI PENYEDIA JASA INTERNET (Studi Kasus Pengguna Di Kota Palembang)

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Anggota : Welly Nailis, S.E., M.M
Tanggal Ujian : 17 Juli 2018

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

Demikian pernyataan ini saya buat yang sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Inderalaya, 17 Juli 2018

Pembuat Pernyataan



Idil Akbar

NIM 01011381419266

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Ketepatan adalah kuncinya

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Saya Sendiri**

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Idil Akbar
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, tanggal lahir : Bandung 21 Februari 1996
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Alamat Asal : Jln. Sultan Mahmud Badaruddin II Tanjung Raja,
Ogan Ilir, Sumatera Selatan
No. Handphone : 087811743392
Email : Idildam@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

Level	Nama	Tahun
SD	SDN 16 Tanjung Raja	2002-2008
SMP	SMPN 1 Tanjung Raja	2008-2011
SMA	SMAN 1 Tanjung Raja	2011-2014
S1	Universitas Sriwijaya	2014

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smarfren Mifi Andromax 4G LTE Sebagai Penyedia Jasa Internet”. Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Dalam penelitian skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan masih banyak terdapat kekurangan dan jauh dari kata kesempurnaan, atas segala kekurangan dan ketidaksempurnaan penulis sangat mengharapkan masukan, kritik dan saran yang bersifat membangun kearah perbaikan guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat pembaca dan semua pihak yang membutuhkan dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu, memberikan semangat dan dorongan serta do’a kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Allahhuma Aamiin.

Indreralaya, 17 Juli 2018

Pembuat Pernyataan



Idil Akbar

NIM 01011381419266

UCAPAN TERIMAKASIH

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai masalah dan kendala. Masalah dan kendala tersebut dapat diatasi berkat semangat dan bimbingan dari semua pihak. Maka dari itu penulis ingin menyampaikan banyak ucapan rasa terimakasih kepada :

1. **Allah SWT** yang telah memberikan nikmat anugrah dalam proses mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
2. **Nabi Muhammad SAW** Tercinta yang selalu jadi panutan dalam setiap tindakan dan ucapan
3. **Ayahanda Damsir dan Ibunda Lindawati** terimakasih untuk segalanya.
4. **Bapak Prof. Dr. Anis Saggaf, M.S.C.E.**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
5. **Bapak Prof. Taufik S.E.,M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. **Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A**, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
7. **Bapak Welly Nailis, S.E., M.M.**, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya
8. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.**, selaku pembimbing 1 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. **Bapak Welly Nailis, S.E.,M.M.**, selaku pembimbing 2 skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. **Bapak Drs. H. Dian Eka, M.M.**, selaku penguji dalam ujian seminar proposal yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan saran, kritik serta semangat yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi** Universitas Sriwijaya yang telah membekali penulis dengan ilmu dan pengetahuannya selama masa perkuliahan.
12. **Bapak Warindi**
13. **Seluruh Staff Akademik, Staff Jurusan Manajemen, Staff Perpustakaan**, Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
14. **Terkhusus untuk Staf Akademik Bapak Ijal dan Ibu Dwi** yang rela mengorbankan tenaga demi membantu kegiatan belajar mengajar selama periode perkuliahan
15. **Terkhusus Staf Jurusan Manajemen Mbak Hambarwati dan Kak Helmi** yang telah rela menyiapkan dengan cepat tanggap keperluan akademik dari awal hingga akhir.
16. **Terspecial Seluruh Mahasiswa Universitas Sriwijaya** terutama **Mahasiswa Manajemen 2014**

Akhir kata, semoga ketulusan serta bantuan dari semua pihak tersebut di atas kiranya mendapat berkah dan anugrah dari Allah SWT dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua Allahuma Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN INTEGRASI ILMIAH.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
ABSTRAK	xvii
<i>ABSTRACT</i>	xviii
SURAT PERNYATAAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Perumusan Masalah Penelitian	5
1.3.Tujuan Penelitian	6
1.4.Manfaat Penelitian	6
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Periklanan	7
2.1.2. Nilai Informasi	9

2.1.3. Pesan	11
2.1.4. Iklan.....	14
2.1.5. Keputusan Pembelian	16
2.3. Penelitian Terdahulu	17
2.4. Kerangka Pikir	19
2.5. Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.1. Jenis Data	21
3.3.2. Sumber Data	22
3.4. Populasi dan Sampel	22
3.5.1. Populasi	22
3.5.2. Sampel	23
3.6. Pengukuran Instrumen Penelitian	24
3.6.1. Uji Validitas	24
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	25
3.6.3. Hasil Uji Reliabilitas	25
3.7. Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	25
3.7.2. Analisis Regresi Berganda	26
3.8. Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.8.1. Variabel Penelitian	26
3.8.2. Definisi Operasional Variabel	27
3.8.3 Pengukuran Variabel	29
3.9. Penguji Hipotesis	30
3.9.1. Uji F.....	30
3.9.2. Uji T.....	30
3.9.3. Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	30
3.9.4. Uji Asumsi Klasik	31

3.9.4.1. Uji Normalitas	31
3.9.4.2. Uji Autokorelasi	31
3.9.4.3. Uji Multikolinieritas	32
3.9.4.4. Uji Heteroskedastisitas	32
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1. Uji Instrumen Data.....	33
4.1.1. Uji Validitas	33
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	35
4.2. Analisis Frekuensi.....	36
4.2.1. Profil Responden	36
4.2.1.1. Analisis Profil Responden.....	36
4.2.2.2. Analisis Perilaku Responden	39
4.3. Analisis Tabulasi Silang (<i>Cross Tabulation</i>)	42
4.4. Penilaian Responden	46
4.4.1. Penilaian Responden Terhadap Variabel Nilai Informasi (X1)	46
4.4.2. Penilaian Responden Terhadap Variabel Isi Pesan (X2).....	48
4.4.3. Penilaian Responden Terhadap Variabel Dorongan Iklan (X3)	49
4.4.3. Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	50
4.5. Analisis Data	51
4.5.1. Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.5.2. Hasil Uji F (Simultan)	52
4.5.3. Hasil Uji T (Parsial)	54
4.5.4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.5.5. Uji Normalitas	56
4.5.6. Uji Multikoleniaritas	57
4.5.7. Uji Heterokedastisitas.....	58
4.6. Pembahasan.....	58
4.6.1. Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.6.2. Pengaruh Nilai Informasi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.6.3. Pengaruh Isi Pesan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian	60

4.6.4. Pengaruh Dorongan Iklan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran.....	63
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tipe-tipe Smartfren Mifi Andromax 4G LTE	2
Tabel 1.2 Jenis Mifi di Berbagai Perusahaan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Utama	34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.3 Analisis Frekuensi Profil Responden.....	36
Tabel 4.4 Analisis Frekuensi Prilaku Responden	39
Tabel 4.5 Analisis Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin dan Umur.....	42
Tabel 4.6 Analisis Tabulasi Silang Dimana, Apa dan Mengapa Menggunakan Smartfren Mifi Andromax 4G LTE Terhadap Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.7 Analisis Tabulasi Silang Tingkat Pengeluaran Terhadap Alasan Tetap Menggunakan Smartfren Mifi Andromax 4G LTE	44
Tabel 4.8 Analisis Tabulasi Silang Pekerjaan Terhadap Siapa Yang Paling Mempengaruhi Menggunakan Smartfren Mifi Andromax 4G LTE ...	45
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Variabel Nilai Informasi (X1)	46
Tabel 4.10 Penilaian Reponden Terhadap Variabel Isi Pesan (X2)	48
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Variabel Dorongan Iklan (X3)	49
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian(Y) ...	50

Tabel 4.13 Hasil Analisis Linear Berganda	51
Tabel 4.14 ANOVA	53
Tabel 4.15 Uji T Coefficients.....	54
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikoleniaritas.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Alur Pikir	19
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Variabel Utama	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	58

ABSTRAK

Analisis Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE.

(Studi Kasus Pengguna Di Kota Palembang)

Oleh :

Idil Akbar

01011381419266

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE Sebagai Penyedia Jasa Internet di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang melibatkan 100 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan pembagian kuesioner. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel (nilai informasi, isi pesan, dan dorongan iklan) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, maka hipotesis 1 yang menyatakan, diduga bahwa terdapat pengaruh positif antara (nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan) terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE di Kota Palembang dan hipotesis 2 yang menyatakan diduga bahwa Variabel Dorongan Iklan berpengaruh paling dominan terbukti kebenarannya.

Kata kunci: Nilai informasi, isi pesan, dorongan, dan keputusan Pembelian

Ketua



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

Anggota



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP.197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

ABSTRACT

Analysis of the Influence of Value Information, Message Content and Impetus Advertising Against Purchase Decision Smartfren Mifi Andromax 4G LTE

(Case Study In Palembang City)

By:

Idil Akbar

01011381419266

The purpose of this study is to analyze the Influence of Values Information, Message Content and Improvement of Advertising on Smartfren Purchasing Decision Mifi Andromax 4G LTE As Internet Service Provider in Palembang City. This research uses descriptive method involving 100 respondents. The data were collected using questionnaires. The results of descriptive analysis indicate that the variables (value information, message content, and encouragement ads) have a positive effect on purchasing decisions. Based on the result of the research, hypothesis 1 stated that it is suspected that there is a positive influence between (value of information, message content and advertisement impulse) to the purchase decision of Smartfren Mifi Andromax 4G LTE in Palembang City and hypothesis 2 which states alleged that Ad Pendant Variable has the most dominant influence proven to be true.

Keywords: Value information, message content, drive, and Purchase decision

Advisor I



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

Advisor II



Welly Nailis, S.E., M.M

NIP.197407102008011011

Chief of

Management Departement



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP.195707141984031005

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa :

Nama : Idil Akbar
NIM : 01011381419266
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
judul Skripsi : Analisis Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE Sebagai Penyedia Jasa Internet (Studi Kasus Pengguna Di Kota Palembang)

Telah kami periksa cara penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



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

Anggota



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

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



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

BAB I

PENDAHULUAN






1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang pesat pada masa sekarang berdampak pada kemajuan dalam bidang telekomunikasi. Salah satunya internet, teknologi internet menyatakan koneksi terjadi diantara berbagai jenis komputer dan antar berbagai sistem operasi, untuk membagikan layanan internet (*sharing*)/koneksi ke antar berbagai komputer, laptop, hingga *smartphone* dibutuhkan sebuah perangkat yaitu mifi. Mifi adalah nama yang diberikan sebuah perangkat *wireless router* yang berperan sebagai wifi Hostpot. Para konsumen yang dulunya hanya menggunakan alat komunikasi melalui surat, pesat singkat, telepon serta internet. Kini membutuhkan layanan internet yang berkecepatan tinggi seperti yang ditawarkan PT. Smartfren Telecom Tbk yang berbasis teknologi CDMA dan 4G menggunakan teknologi EV-DO untuk CDMA dan 4G LTE *Advaced* yang merupakan pengembangan lanjutan dari 4G.

PT. Smartfren Telecom Tbk merupakan satu-satunya perusahaan yang bergerak dibidang operator CDMA yang jaringannya cukup kuat diseluruh Indonesia, berusaha untuk memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas terbaik bagi konsumennya, maka PT. Smartfen Telecom Tbk meluncurkan produk barunya yaitu Smartfren Mifi Andromax 4G LTE, adalah Mifi atau *mini router wireless* yang diproduksi dari hasil kerjasama antara Smartfren dengan LG, Huawei dan Haier yang menghasilkan tipe Mifi yang berbeda-beda semua tipe tersebut

mengusung teknologi 4G LTE, bukan 3G. Wifi portable ini menawarkan kecepatan download 150 Mbps di jaringan 4G LTE dengan harga yang terjangkau. Dari hasil kerjasama dengan beberapa *vendor* menghasilkan beberapa tipe mifi yang berbeda. (<http://www.smartfren.com/id/overview/>)

TABEL 1.1. TIPE SMARTFREN MIFI ANDROMAX

No.	Tipe	Produk	Hasil Kerjasama
1.	Mifi Andromax M2P		Smartfren dan Huawei
2.	Mifi Andromax M2Y		Smartfren dan Haier
3.	Mifi Andromax M2S		Smartfren dan LG
4.	Mifi Andromax M3Y		Smartfren dan Haier
5.	Mifi Andromax M3Z		Smartfren dan ZTE

Sumber di <http://m.smartfren.com/id/>

Pada table di atas dapat diketahui Smartfren melakukan kerjasama dengan *Vendor* yang berasal dari China dan Korea. Pada prinsipnya Smartfren bersikap terbuka dengan *vendor* manapun selama vendor bisa memenuhi spesifikasi dan harga produk yang di inginkan, maka Smartfren akan menggandeng *vendor* tersebut agar seluruh tipe konsumen dapat melakukan keputusan pembelian.

Sebelumnya telah ada produk berbasis teknologi yang telah di luncurkan PT. Telkom yakni Telkom Speedy yang berbasis akses *Asymmetris Digital Subscriber Line* (ADSL) yang dapat dipergunakan untuk menelpon bersamaan dengan akses internet. Namun, untuk dapat menikmati fasilitas saluran telepon dan internet secara simultan, Speedy harus mempergunakan *splitter* yang dapat memisahkan saluran telepon dan saluran modem. Selain itu, harus menyepakati ketentuan yang berlaku di Plasa Telkom setempat. (http://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia/)

Ada juga beberapa produk mifi lainnya yang telah di luncurkan oleh beberapa perusahaan yang menghasilkan beberapa mifi sebagai berikut.

Tabel 1.2. Jenis-jenis Mifi diberbagai Perusahaan

No	Produk
1.	Alcatel Y853
2.	Bolt! Vela Mobile
3.	Sierra AirCard 760S
4.	Telkomsel SpeedUp Mifi 4G
5.	Moviemax MV003 Modem Mifi LTE XL GO

<http://www.tekzonia.com/daftar-modem-mifi-4g-lte-terbaik/>

Dari sinilah muncul peluang usaha yang perusahaan tangkap, karena masyarakat sangat membutuhkan fasilitas internet yang bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja, dengan layanan internet berkecepatan yang lebih tinggi dan kuat, untuk itu perusahaan harus melakukan pendekatan secara langsung untuk mempengaruhi keputusan konsumen untuk mendapatkan informasi terhadap produk yang dikeluarkan.

Salah satu pendekatan yang secara langsung dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk mendapatkan informasi tanpa perlu mengubah kepercayaan konsumen terhadap produk adalah melalui iklan. Ini dilakukan oleh pemasar dalam rangka membujuk konsumen membeli produk dengan merek tersebut. Kriyantono (2008) mengemukakan iklan merupakan bentuk komunikasi non-personal yang menjual pesan-pesan secara persuasif dari sponsor yang jelas guna untuk mempengaruhi orang agar membeli produk dengan membayar biaya untuk media yang digunakan, dari sisi konsumen sendiri iklan dipandang sebagai suatu media informasi tentang kemampuan, harga dan fungsi produk. Sehingga memiliki keyakinan yang kuat untuk memilih dan menggunakan produk yang disukainya. Dalam perancangan iklan, harus jelas ditentukan kelompok konsumen yang akan jadi sasaran pesan. Tanpa audiens yang jelas, pesan yang disampaikan dalam iklan tidak akan efektif. Ahmad subagyo (2010 : 136).

Dari kedua definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa iklan merupakan segala bentuk penyajian informasi dan promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh sponsor untuk menawarkan ide, barang atau jasa. Mahmud Machfoedz (2010 : 139)

Berkaitan pengaruh nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan terhadap keputusan pembelian Mifi Andromax 4G LTE, maka penulis melakukan penelitian pada konsumen karena mengingat perusahaan ini memiliki pelanggan yang banyak, oleh karena itu untuk melihat sejauh mana pengaruh nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan terhadap keputusan pembelian Mifi Andromax 4G LTE. Berdasarkan uraian tersebut di atas penulis mengangkat tema ini lebih jauh dengan memilih judul penelitian ini sebagai berikut : “Analisis Pengaruh Nilai Informasi, Isi Pesan dan Dorongan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartfren Mifi Andormax 4G LTE Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Palembang.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas dapat ditarik perumusan masalah yaitu :

1. Apakah nilai informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE sebagai penyedia jasa internet di Kota Palembang ?
2. Apakah isi pesan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE sebagai penyedia jasa internet di Kota Palembang ?
3. Apakah dorongan iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE sebagai penyedia jasa internet di Kota Palembang ?

4. Manakah dari ketiga faktor tersebut yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE sebagai penyedia jasa internet di Kota Palembang.
2. Untuk mengetahui diantara nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan wawasan dan untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dari Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
2. Bagi Perusahaan, dari hasil penelitian ini bisa menjadi sumber masukan bagi perusahaan untuk dapat mengetahui pengaruh nilai informasi, isi pesan dan dorongan iklan yang paling dominan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian Smartfren Mifi Andromax 4G LTE sebagai penyedia jasa internet di Kota Palembang. Agar perusahaan mampu menganalisa serta dapat meningkatkan kepuasan dan memenuhi keinginan konsumen agar dapat melakukan pembelian.

2. Sampel dalam penelitian ini masih terbatas hanya dilakukan pada pengguna di Kota Palembang saja. Maka rekomendasi untuk penelitian selanjutnya akan lebih baik juga melibatkan seluruh elemen yang lebih luas sehingga hasil dapat digeneralisasikan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. 2014. Komunikasi pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta : Salemba Empat
- Ahmad, Subagyo. 2010. *Marketing In Business*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Anggraini Gunawan, Fitri dan Diah Dharmayanti. 2014. Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Endorser Terhadap *Purchase Intentiton Pond's Men* dengan *Brand Awareness* Sebagai *Variabel Intervening*
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19 (edisi kelima.) Semarang : Universitas Diponegoro
- Jonatan Sarwono. 2010. Teori Analisis, Mengenal Analisis Korelasi. (Online). (<http://www.jonathansarwono.info>), diakses . 17 Mei 2018

- Junaidi Chaniago. 2008. Transformasi Data Ordinal Ke Interval dengan Excel Kasus Kategori Tidak Terisi. Junaidi FE-UNJA. (Online). (<http://junaidichaniago.wordpress.com>). 17 Mei 2018
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group
- Machfoedz, Mahmud. 2010. Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta : Cakra Ilmu
- Morrison, M.A. 2010. Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Cetakan Pertama. Kencana Prenada Media Group
- Nugroho, Adi. 2006. *E-Commerce*, Cetakan Pertama, Penerbit : Informatika Bandung
- Ridwan dan Akdom. 2007. Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik, Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta.
- Simamora, Bilson. 200. Panduan Riset Perilaku Konsumen, Cetakan Ketiga, Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : AFABETA, cv.
- Suliyanto. 2008. Metode Riset Bisnis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wells William, Morarty Sandra, & Burnett Jhon. 2006. *Advertising Principles and Practice (7 ed)*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- <https://bukunnq.wordpress.com/2012/03/06/makalah-sikap/> diakses pada tanggal 11 November 2017. Pukul 19.08
- <http://id.m.wikipedia.org/wiki/smartfren/> Diakses pada tanggal 13 November 2017, pukul 16:26

http://id.wikipedia.org/wiki/Telkom_Indonesia/ Diakses pada tanggal 13 Februari 2018, pukul 23:41

<http://www.google.co.id/amp/palembang.tribunnews.com/amp/> Diakses pada tanggal 21 Desember 2017

<http://www.psychoshare.com/file-821/psikologi-kepribadian/sikap-pengertian-definisi-dan-faktor-yang-mempengaruhi.html> Diakses pada tanggal 11 November 2017. Pukul 19.32

<http://www.smartfren.com/id/overview/> Diakses pada tanggal 11 November 2017. Pukul 17.00

<http://www.tekzoniam.com/daftar-modem-mifi-4g-lte-terbaik/> Diakses pada tanggal 21 February 2018, pukul 01:15